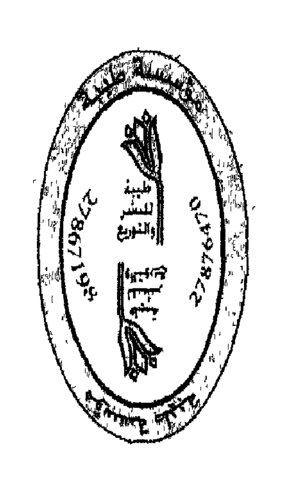
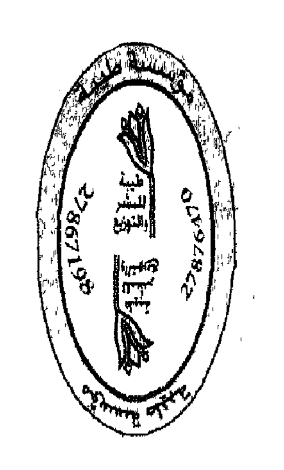
المشكلات الإعلامية المعاصرة

د/ محمد خيرت يوسف



مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع





المشكلات الإعلامية المعاصرة

د/ محمد خيرت يوسف

الناشر

مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع

7شارع علام حسين – ميدان الظاهر – القاهرة

ت – 0227876470 /0227867198

فاكس / 0227876471

محمول / 01112155522 – 01091848808 – 01006242622

الطبعة الاولى 2015

فهرسة اثناء النشر من دار الكتب والوثائق القومية المصرية

يوسف، محمد خيرت.

المشكلات الإعلامية المعاصرة / محمد خيرت يوسف . – ط 1 . – القاهرة : مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع ، 2014

242 ص ؛ 24 سم .

تدمك : 2- 348- 431- 977- 978

1 – الإعلام

أ- العنوان

301, 161

رقم الإيداع : 2014/25945

بسم الله الرحمن الرحيم

(فَتَعَالَى ٱللَّهُ ٱلْمَلِكُ ٱلْحَقُّ ۗ وَلَا تَعْجَلْ بِٱلْقُرْءَانِ مِن قَبْلِ أَن يُقْضَىٰٓ إِلَيْكَ وَحْيُهُۥ ۖ وَقُل رَّبِّ زِدْنِى عِلْمًا)

صدق الله العظيم

طه 114

مقدمة

مع بزوغ قوة وسائل الإعلام في العصر الحديث وعن الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في تنمية المجتمعات الآخذة في النمو يسترعي اهتمام الباحثين في فروع المعرفة المختلفة سواء أكانوا علماء سياسة أم اجتماع أم اتصال أم اقتصاد، ولهذا قامت دراسات كثيرة تبحث عن الصلة بين الإعلام والتنمية، وتبحث عن دور وسائل الإعلام ومدى فعاليتها في إنجاز التنمية. ولما كانت حياة الإنسان تقوم بشكل أساسي على النشاط الإتصالي بين البشر، فان وسائل الإعلام الجماهيري - كوسائل إتصالية ذات فعالية كبيرة - تلعب دورا هاما على مستوى الفرد والجماعة والمجتمع. وتتحقق هذه الفعالية من خلال الأدوار التي يمكن أن تلعبها وسائل الإعلام .

واذا كانت الدول النامية قد تباينت في السبل والوسائل التي سلكتها واستخدمتها لتنمية مجتمعاتها وفقا لما توافر لديها من إمكانات وقدرات متاحة بشرية ومادية، إلا أن القاسم المشترك الأعظم في هذا الإتجاه، هو إحساس هذه الدول بضرورة تطوير مجتمعاتها من الحالة التي هي عليها إلى وضع أفضل وأحسن.

وليس ثمة شك في أن ذلك لم يكن ليتم في معزل عن الإحساس بأن الحاجة تدعو إلى وجود مجموعة من الأبنية المترابطة والمتوازنة للقضايا الاجتماعية والاقتصادية والثقافية التي ينبغي أن يحكمها تخطيط علمي شامل ومتكامل لتطوير المستوى الاجتماعي والتعليمي وزيادة نواتج الدخل الوطني، ورفع المستوى الثقافي والصحي والإسكاني والبيئي، وقبل كل هذا وبعده المحافظة على القيم

الدينية وتدعيمها من واقع البناء الديني (العقدي) الذي يقوم عليه هذا المجتمع أو ذاك.

الفصل الأول

عناصر استراتيجية عربية لتفعيل دور الإعلام

الفصل الأول

عناصر استراتيجية عربية لتفعيل دور الإعلام

في بناء واقع عربي جديد

لا يمكن صياغة استراتيجية عربية لتفعيل دور الإعلام في بناء واقع عربي جديد بغير تأمل للتغيرات الكبرى التي حدثت في بنية المجتمع العالمي من ناحية ودراسة الوضع الراهن للمجتمع العربي من ناحية ثانية. ودراسة التغيرات التي لحقت ببنية المجتمع العالمي تقتضي ممارسة التحليل الثقافي الذي أثبت كفاءته في وصف مشاهد العالم المعاصر بصورة تفوق التحليل السياسي التقليدي والتحليل الاقتصادي الكلاسيكي. أما دراسة الوضع الراهن للمجتمع العربي فهي تحتاج إلى عديد من الدراسات العلمية الموضوعية، وكثير منها متوفر في المكتبة العربية المعاصرة، وخصوصا في مطبوعات مركز دراسات الوحدة العربية. غير أن هذا الوضع يحتاج أكثر ما يحتاج الى ممارسة النقد الذاتي .

والنقد الذاتي كما أردد دائما ليس - للأسف الشديد - فضيلة عربية، ولكنه في الواقع فضيلة غربية! ولذلك ليس غريبا أن نقرر أن أحد أسباب التقدم الغربي هو ممارسة النقد الذاتي بصورة منهجية، وبطريقة منتظمة وهذا النقد الذاتي تقوم به النظم السياسية أو بمعنى أدق ممثلوها من أهل الحكم والسلطة، وزعماء الأحزاب السياسية، والمفكرون والمثقفون بشكل عام، وذلك إذا دعت الدواعي لذلك .

ومثال ذلك التصريحات البريطانية الأخيرة التي اعترفت بالخطإ الجسيم في تصديق تقارير مخابراتية مزيفة عن امتلاك العراق لأسلحة الدمار الشامل التي يمكن أن تنطلق في خلال مدة خمس وأربعين دقيقة، وكذلك التصريحات

الأمريكية لكونداليزا رايس (وزيرة الخارجية الأمريكية الجديدة)، والتي قالت فيها لم نخطئ في الاستراتيجية، وتعني قرار غزو العراق عسكريا، ولكن أخطأنا في التكتيك، وتعني عدم رسم سيناريو دقيق للموقف في العراق بعد تمام الغزو والاحتلال .

ويمكن القول إن العالم العربي قد شهد موجات متتالية من ممارسة النقد الذاتي منذ الهزيمة العربية في حرب فلسطين عام 1948 حتى الوقت الراهن .

لقد كان نجم الموجة الأولى للنقد الذاتي العربي هو المؤرخ اللبناني المرموق قسطنطين زريق، الذي أصدر كتابه النقدي عام 1948 بعنوان" معنى النكبة" وركز فيه على أن أسباب الهزيمة تتركز في سببين هما: غياب الديمقراطية وغياب التفكير العلمي في المجتمع العربي وجاءت موجة النقد الذاتي العربي الثانية عقب الهزيمة الساحقة في حرب يونيو 1967 .

وكان نجم هذه الموجة الثانية هو الفيلسوف السوري المعروف صادق جلال العظم في كتابه "النقد الذاتي بعد الهزيمة"، والذي حلل فيه بصورة نقدية عملية التنشئة الاجتماعية المعيبة في المجتمع العربي، والتي تركز على الاتباع وليس على الإبداع، وتحرص على مطابقة الطفل العربي في سلوكه للقيم السائدة حتى ولو كانت رجعية ومحافظة .

وشارك العظم في هذه الموجة الثانية صلاح الدين المنجد في كتابه "أعمدة النكبة السبعية" وأديب نصور ممثلا للفكر المسيحي في كتابه "النكسة والخطأ.

ومن الغريب أن تأتي الموجة الثالثة للنقد الذاتي العربي عام 1974 بعد عام واحد من انتصار العرب في حرب أكتوبر 1973. وتمثلت هذه الموجة الثالثة في

الندوة الهامة التي نظمتها في الكويت جمعية الخريجين الكويتية، وكان عنوانها "أزمة التطور الحضاري في الوطن العربي."

وجاءت الموجة الرابعة للنقد الذاتي في ندوة تاريخية نظمها في قبرص مركز دراسات الوحدة العربية عام 1983، وكان موضوعها "أزمة الديمقراطية في الوطن العربي"، وهي الندوة التي أعلن في نهايتها قيام «المنظمة العربية لحقوق الإنسان، مشيرة بذلك الى انتقال المثقفين العرب من مجال الكلام الى ميدان الفعل .

غير أنني بمناسبة نهاية القرن العشرين وبداية القرن الحادي والعشرين أردت باعتباري باحثا متخصصا في علم الاجتماع السياسي، أن أقوم بعملية نقد ذاتي للتجربة العربية طوال الخمسين عاما الماضية، بالنيابة عن المثقفين العرب، الذين ترددوا لأسباب شتى في القيام بهذا المشروع النقدي الضروري .

وقد قمت بهذه الدراسة والتي جعلت عنوانها "العرب على مشارف الألفية الثالثة"، ونشرت في صورة سلسلة مقالات متتابعة في عدد من الصحف العربية، ثم أعدت نشرها في كتابي "المعلوماتية وحضارة العولمة"، دراسة نقدية عربية الصادر عن دار نهضة مصر بالقاهرة في يناير عام 2001 .

وقد ناقشت في هذه المحاولة للنقد الذاتي العربي عديدا من الموضوعات هي: العرب يودّعون القرن العشرين، الصراع والسلام في الألفية الثالثة، مشكلات التحديث العربي، اختبار الحداثة العربية، الليبرالية في مواجهة إرث السلطوية، العرب في مواجهة أسئلة القرن الحادي والعشرين، تحديات التنمية العربية، ثقافة تحت الحصار، ثقافة التحريم، فاق المستقبل العربي، العرب في سياق التغير العالمي .

أولا: تغيّرات المجتمع العالمي

لعل التطورات العالمية في العقد الذي يفصل عام 1999 بين سقوط الاتحاد السوفياتي وبلاد الكتلة الاشتراكية ونهاية الحرب الباردة وزوال النظام الدولي الثنائي القطبية والأحداث الإرهابية التي وجهت ضد الولايات المتحدة الأمريكية في سبتمبر 2001، تثبت بما لا يدع مجالا للشك أولوية الأبعاد الثقافية في التواصل العالمي بمختلف أنماطه وأشكاله. وتكفي الإشارة إلى الجدل الهام الذي دار حول نظرية صراع الحضارات التي قدمها هنتنغتون، وما أشار إليه من أن الحروب القادمة بين الغرب و"الباقي" (أي باقي العالم بحسب تعبيره) ستكون حروبا ثقافية، ومن ثم ينبغي علينا إذا كنا نريد أن نضع عناصر استراتيجية عربية لتفعيل دور الإعلام في بناء واقع عربي جديد أن نضع في اعتبارنا في المقام الأول التغييرات التي حدثت في بنية المجتمع العالمي من وجهة النظر الحضارية. وأبرزها عملية الانتقال من نموذج المجتمع الصناعي إلى نموذج مجتمع المعلومات العالمي، والذي ينتقل - ببطء وإن كان بثبات - إلى مجتمع المعرفة، ونهاية النظام الدولي الثنائي القطبية وبروز الولايات المتحدة الأمريكية باعتبارها القوة العظمى الوحيدة المهيمنة، والتركيز على ظاهرة العولمة بتجلياتها السياسية والاقتصادية، وذلك بالإضافة إلى الوقوف عند المشهد الثقافي العالمي والذي يزخر بالصراعات والإيديولوجيات المتضاربة.

ولا نبالغ أدنى مبالغة إذا قلنا إن الإنسانية تنتقل الآن، عبر عملية معقدة ومركبة، صوب صياغة مجتمع عالمي جديد، تحت تأثير الثورة الكونية. وهذه الثورة الكونية تأتي - في التعاقب التاريخي للثورات المتعددة التي شهدتها الإنسانية - عقب الثورة الصناعية وكانت البدايات الأولى تتمثل في بزوغ ما أطلق عليه "الثورة العلمية والتكنولوجية"، والتي جعلت العلم - لأول مرة في

تاريخ البشرية – قوة أساسية من قوى الإنتاج، تضاف إلى الأرض ورأس المال والعمل. وبالتدريج بدأت ملامح المجتمعات الصناعية المتقدمة تتغير، ليس في بنيتها التحتية فقط، ولكن أيضا في أسلوب الحياة، وأنماط التفكير، ونوعية القيم السائدة، وأساليب الممارسة السياسية. ومنذ الستينات ذاع مصطلح جديد، أطلقه بعض علماء الاجتماع الغربيين، من أبرزهم دانييل بل لوصف المجتمع الجديد وهو "المجتمع ما بعد الصناعي".

غير أنه مع مرور الزمن تبين قصور هذا المصطلح عن التعبير عن جوهر التغيير الكيفي الذي حدث ومن هنا صك العلماء الاجتماعيون مصطلحا آخر رأوا أنه أوفى بالغرض، وأكثر دقة في التعبير، وهو مصطلح "مجتمع المعلومات"، وذلك على أساس أن أبرز ملمح من ملامح المجتمع الجديد أنه يقوم أساسا على إنتاج المعلومات وتداولها من خلال آلية غير مسبوقة هي الحاسب الآلي، الذي أدت أجياله المتعاقبة إلى إحداث ثورة فكرية كبرى، في مجال إنتاج وتوزيع واستهلاك المعارف الإنسانية.

فإذا أضفنا إلى ذلك القفزة الكبرى في تكنولوجيا الاتصال، وبخاصة في مجال الأقمار الصناعية واستخداماتها الواسعة، وخصوصا في مجال البث التليفزيوني الكوني، الذي بحكم آليته يتجاوز الحدود الجغرافية، وينفذ إلى مختلف الأقطار التي تنتمي إلى ثقافات مختلفة، مما من شأنه أن يؤثر - خلال الرسائل الإعلامية المتعددة – على القيم والاتجاهات والعادات، لأدركنا أننا بصدد تشكل عالم جديد غير مسبوق، تصبح فيه العبارة الشهيرة والتي مفادها أن العالم أصبح قرية صغيرة، تقصر كثيرا عن وصف اثر التغيرات التي يتعمق مجراها كل يوم .

في ظل هذه التطورات الكبرى في مجال المعرفة والاتصال، وانتقالنا من مجتمع الصناعة إلى مجتمع المعلومات، أخذ يتشكل ببطء – وإن كان بثبات - ما يمكن

أن نطلق عليه "الوعي الكوني"، والذي سيتجاوز في آثاره، كل أنواع الوعي السابقة عليه كالوعي الوطني، بكل تفريعاته من وعي اجتماعي ووعي طبقي، ووعي قومي .سيبرز الوعي الكوني متجاوزا كل أنماط الوعي السابقة، لكي يعبر عن بزوغ قيم إنسانية عامة، تشتد في الوقت الراهن المعركة حول صياغتها واتجاهاتها، ولا بد في مستقبل منظور، أن ينعقد الإجماع العالمي عليها .

وفي ضوء ذلك كله، نستطيع أن نفهم سر المعركة التي تدور في الوقت الراهن حول "النظام العالمي الجديد"، الذي تريد الولايات المتحدة الأمريكية - بعد انهيار النظام العالمي الثنائي القطبية - أن تهيمن عليه مستندة إلى قوتها العسكرية والتكنولوجية، بالرغم من التآكل التدريجي لقوتها الاقتصادية العالمية، كما تنبأ بذلك بول كيندي في كتابه الشهير "صعود وسقوط القوى العظمى "والذي أثار جدلا أمريكيا حادا، بين أنصاره وخصومه .

وهكذا يمكن القول إننا بصدد رصد التغيرات العميقة التي ألمحنا إليها، لابد أن نقف قليلا أمام ظاهرة بزوغ ما يمكن أن نطلق عليه "مجتمع المعلومات الكوني".

مجتمع المعلومات الكوني :

مجتمع المعلومات يأتي بعد مراحل مر فيها التاريخ الإنساني، وتميزت كل مرحلة بنوع من أنواع التكنولوجيا يتفق معها شهدت الإنسانية من قبل تكنولوجيا الصيد، ثم تكنولوجيا الزراعة، وبعدها تكنولوجيا الصناعة، ثم وصلنا أخيرا إلى تكنولوجيا المعلومات .

ويمكن القول أن سمات مجتمع المعلومات تستمد أساسا من سمات تكنولوجيا المعلومات ذاتها، والتي يمكن إجمالها في ثلاث :

أولاها : أن المعلومات غير قابلة للاستهلاك أو التحول أو التفتت، لأنها تراكمية بحسب التعريف، وأكثر الوسائل فعالية لتجميعها وتوزيعها، تقوم على أساس المشاركة في عملية التجميع، والاستخدام العام والمشترك لها بواسطة المواطنين .

وثانيتها: أن قيمة المعلومات هي استبعاد عدم التأكد، وتنمية قدرة الإنسانية على اختيار أكثر القرارات فعالية .

وثالثتها: أن سر الوقع الاجتماعي العميق لتكنولوجيا المعلومات، أنها تقوم على أساس التركيز على العمل الذهني (أو ما يطلق عليه أتمتة الذكاء) وتعميق العمل الذهني (من خلال إبداع المعرفة، وحل المشكلات، وتنمية الفرص المتعددة أمام الإنسان)، والتجديد في صياغة النسق، وتعنى بتطوير النسق الاجتماعي .

ويلخص بعض الباحثين إطار مجتمع المعلومات في الملامح التالية :

1- المنفعة المعلوماتية (من خلال إنشاء بنية تحتية معلوماتية تقوم على أساس الحواسيب الآلية العامة المتاحة لكل الناس) في صورة شبكات المعلومات المختلفة، وبنوك المعلومات، والتي ستصبح هي بذاتها رمز المجتمع .

2- الصناعة القائدة ستكون هي صناعة المعلومات التي ستهيمن على البناء الصناعي .

3- سيتحول النظام السياسي لكي تسوده الديمقراطية التشاركية، ونعني السياسات التي تنهض على أساس الإدارة الذاتية التي يقوم بها المواطنون، والمبنية على الاتفاق، وضبط النوازع الإنسانية، والتأليف الخلاق بين العناصر المختلفة .

4- سيتشكل البناء الاجتماعي من مجتمعات محلية متعددة المراكز ومتكاملة بطريقة طوعية .

5- ستتغير القيم الإنسانية وتتحول من التركيز على الاستهلاك المادي، إلى إشباع الإنجاز المتعلق بتحقيق الأهداف .

6- أعلى درجة متقدمة من مجتمعات المعلومات، ستتمثل في مرحلة تتسم بإبداع المعرفة من خلال مشاركة جماهيرية فعالة، والهدف النهائي منها هو التشكيل الكامل لمجتمع المعلومات الكوني .

وقد يبدو أن هذه الصورة التي رسمناها ليست سوى ضرب من الأحلام، غير أن مجتمع المعلومات الكوني، ليس في الواقع حلما، بقدر ما هو مفهوم واقعي، سيكون هو المرحلة الأخيرة من مراحل تطور مجتمع المعلومات. وهناك ثلاثة أدلة تؤكد هذا القول :

أولها: أن الكونية GLO BALISM ستصبح هي روح الزمن في مجتمع المعلومات القادم. ويرجع ذلك إلى الأزمات الكونية المتعلقة بالنقص في الموارد الطبيعية وتدمير البيئة الطبيعية، والانفجار السكاني، والفجوات العميقة الاقتصادية والثقافية بين الشمال والجنوب .

وثانيها: أن تنمية شبكات المعلومات الكونية، باستخدام الحواسيب الآلية المرتبطة ببعضها بعضا عالميا، وكذلك الأقمار الصناعية، ستؤدي إلى تحسين وسائل تبادل المعلومات، وتعمق الفهم، مما من شأنه أن يتجاوز المصالح القومية والثقافية والمصالح الأخرى المتباينة .

وثالثها:إن إنتاج السلع المعلوماتية سيتجاوز إنتاج السلع المادية، بالنظر إلى قيمتها الاقتصادية الإجمالية، وسيتحول النظام الاقتصادي من نظام تنافسي يقوم على السعي إلى الربح إلى نظام تأليفي ذي طابع اجتماعي يسهم فيه الجميع .

غير أنه لا ينبغي أن يقر في الأذهان، أن تشكيل مجتمع المعلومات الكوني عملية هينة ذلك أنه يقف دونها تحديات عظمى، ينبغي مواجهتها وأول هذه التحديات المعركة الدائرة الآن حول »ديمقراطية المعلومات، والتي هي الشرط الموضوعي الذي لابد من توفره، وذلك لتفادي الشمولية والسلوطية .

وديمقراطية المعلومات تنهض على أساس أربعة مقومات

أولها : حماية خصوصية الأفراد، وتعني الحق الإنساني للفرد لكي يصون حياته الخاصة ويحجبها عن الآخرين والمقوم الثاني هو الحق في المعرفة، ونعني حق المواطنين في معرفة كل ضروب المعلومات الحكومية السرية، التي قد تؤثر على مصائر الناس تأثيرا جسيما. ونأتي بعد ذلك إلى حق استخدام المعلومات. ونعني بذلك حق كل مواطن في أن يستخدم شبكات المعلومات المتاحة وبنوك البيانات، بسعر رخيص، وفي كل مكان، وفي أي وقت. وأخيرا نصل إلى ذروة مستويات ديمقراطية الإعلام، ونعني حق المواطن في الاشتراك المباشر في إدارة البنية التحتية للإعلام الكوني، ومن أبرزها عملية صنع القرار على كل المستويات المحلية والحكومية والكونية .

وثاني التحديات التي تواجه تشكيل مجتمع المعلومات الكوني، هو تنمية الذكاء الكوني، وهو يعني القدرة التكيفية للمواطنين في مواجهة الظروف الكونية المتغيرة بسرعة. والذكاء يمكن تعريفه - بشكل عام - بأنه القدرة على الاختيار العقلاني للفعل الإنساني لحل المشكلات. ويبدأ الذكاء بالمستوى الشخصي لدى الأفراد، ثم يتطور ويتعمق إلى مستوى الذكاء الجمعي. وداخل الجماعة يفترض أن الذكاء الشخصي للأفراد سيتألف وينسق بينه لتحقيق الأهداف العامة لتغيير البيئة الاجتماعية، وهو ما يطلق عليه الذكاء الاجتماعي وهو بذاته الذي يمكن أن يتطور ليصبح ذكاء كونيا، والذي سيتشكل من خلال

الفهم الكوني المتبادل، الموجه لحل المشكلات الكونية، كما ظهر أخيرا في الجهود العالمية لمواجهة أزمة البيئة الإنسانية، التي تشارك فيها مختلف الدول في الوقت الراهن، ويصلح موضوع البيئة مثالا نموذجيا لإبراز تبلور الوعي الكوني، بعدما ظهرت النتائج السلبية لمجتمع الصناعة وما أفرزه من ضروب متنوعة من تلوث الماء والهواء والتربة.

ومن المؤكد أننا سنشهد في وقت قريب تشريعات قُطرية ملزمة، وتشريعات دولية، سيكون من شأنها إدخال تعديلات جذرية على أدوات الإنتاج السائدة، ومن هنا يحق لنا القول، أنه وعلى عكس ما يبدو حديثا نظريا فإننا نشهد في الوقت الراهن بدايات تشكل الوعي الكوني والذي لم يبرز فقط في موضوع البيئة، وإنما وربما أهم من ذلك، ظهر في موضوع القضاء على الأسلحة الذرية والكيماوية وتدميرها، خلاصا من سيناريو فناء البشرية، والذي كان سائدًا في عصر توازن الرعب النووي، هذا الوعي الكوني الذي يتعمق كل يوم، ليس في الواقع سوى التعبير الأمثل عن نشوء مجتمع المعلومات الكوني .

ثانيا: عناصر استراتيجية إعلامية عربية

في ضوء ما سبق يمكن أن نقترح عناصر لاستراتيجية عربية مقترحة تتكون من عدة عناصر .

أولا: ضرورة رسم خرائط معرفية للاتجاهات الإيديولوجية في الوطن العربي

لا يمكن وضع استراتيجية إعلامية عربية لتفعيل دور الإعلام في بناء واقع عربي جديد بغير رسم خرائط معرفية دقيقة تحيط بكل ألوان الطيف من الاتجاهات الإيديولوجية الفاعلة في الوطن العربي وهذه الخرائط المعرفية لابد لها أن تقيم الوزن النسبي لكل تيار واتجاه وأهمية هذه الخرائط المعرفية أنها

ستساعدنا على معرفة الواقع العربي الذي نريد تغييره، وكذلك على تحديد ملامح التغيير واتجاهاته. ومن ناحية أخرى من شأن هذه الخرائط المعرفية أن تقضي على التعميمات الجارفة عن العرب والمسلمين التي تصوغها الدوائر الغربية السياسية والثقافية والإعلامية .

فهل صحيح - على سبيل المثال - أن إيديولوجية الجماعات الإسلامية المتشددة والمتطرفة هي السائدة في الوطن العربي؟ وأليس هناك مجال واسع للتيارات الليبرالية التي تنادي بالديمقراطية وبحرية التفكير وحرية التعبير وحرية التنظيم، وحرية الصحافة والنشر؟

وأليس هناك في الوطن العربي تيارات كبيرة تدعو لتحسين دور المرأة في المجتمع وإلغاء كافة صنوف التمييز ضدها؟ وهكذا نستطيع ان نقدم صورة موضوعية للتفاعلات السياسية بين أنصار الإيديولوجيات العربية المختلفة مما يسمح للإعلام العربي أن يتناول بشكل نقدي وموضوعي بعض منطلقاتها التي يمكن أن ترسخ التخلف العربي بدلا من الوصول بنا إلى أعتاب التقدم .

ثانيا: تبني موقف رشيد من ثلاثية الماضي والحاضر والمستقبل

لو راجعنا الخطاب الإعلامي العربي طوال الخمسين عاما الماضية لوجدناه مشغولا بثلاثية الماضي والحاضر والمستقبل، مع وجود اختلافات عميقة بين أصحاب هذا الخطاب حسب الإيديولوجيات التي يعبرون عنها .

وفي تقديرنا أن الإعلام العربي يمكن أن يلعب دورا هاما في الدعوة إلى الدراسة العلمية للتراث الماضي بأنماطه المتنوعة، من خلال التأكيد على ضرورة ممارسة التأويل بمناهجه المتعددة حتى يتواءم النص التراثي - حتى لو كان نصا دينيا - مع متغيرات العصر .

ومن ناحية أخرى لابد من اصطناع منهج علمي ونقدي في دراسة الحاضر العربي وهذا المنهج لابد أن يكون تكامليا لا يفصل بين السياسة والاقتصاد والاجتماع والثقافة - ليس ذلك فقط - بل لابد أن يكون منهجا نقديا، يركز على السلبيات، ويسمي الظواهر بأسمائها .

وتبقى ضرورة استشراف المستقبل العربي في ضوء قراءة دقيقة لتغيرات بنية المجتمع العالمي كما أشرنا في المقدمة. وفي هذا المجال لابد من ترشيد الخطاب الثقافي العربي إزاء ظاهرة العولمة، والتي هي أبرز الظواهر ونحن في بداية الألفية الثالثة .

وهذا الترشيد يقتضي عدم تبني المواقف المتطرفة من العولمة، ونعني القبول المطلق بغير تحفظات، أو الرفض الشامل بغير تحليل. نحتاج كعرب إلى نظرة متوازنة تكفل تعظيم المكاسب وتقليل الخسائر .

ولا بد من التركيز على الآثار المترتبة على تحول الاقتصاد العالمي إلى اقتصاد المعرفة، وتحول المجتمع المعلوماتي العالمي إلى مجتمع المعرفة .

ثالثا: حصر لمشكلات التواصل الثقافي مع الغرب

لا بد من حصر دقيق للمشكلات التي تعوق التواصل الثقافي الإيجابي بين العرب والغرب. ونستطيع في هذا المجال أن نعدد بعض المشكلات الهامة وفي مقدمتها:

1- مشكلة العلاقة بين الإسلام والغرب .

2- مشكلة التطرف الفكري في العالم العربي .

3- المشكلات الناجمة عن الإرهاب .

4- الهجرات العربية إلى أوروبا ومشكلاتها وخاصة قضية اندماج المهاجرين في المجتمعات الأوروبية .

5- التفرقة بين المقاومة المشروعة للاحتلال الإسرائيلي للأراضي الفلسطينية والإرهاب .

6- العنصرية الجديدة في أوروبا .

رابعا: الدعوة للإسهام العربي في مناقشة المشكلات الإنسانية العالمية

نحن نعيش في عصر عولمة المشكلات الإنسانية، حيث ضاقت المسافات بين المشكلات المحلية والعالمية فتلوث البيئة مشكلة محلية وعالمية، والفقر كذلك والفجوة بين الموارد والسكان وهكذا يمكن القول إن الإعلام العربي يمكن أن يلعب دورا فاعلا في حوار الحضارات الذي ينبغي أن يدور بين العرب والعالم .

وهذا الحوار لا ينبغي أن يقتصر على مناقشة مشكلات العرب مع العالم، ولكن أن يثبتأننا كعرب لدينا كفاءة معرفية تسمح لنا بالإسهام في مواجهة الإشكاليات المعرفية والمشكلات الواقعية التي تواجه الإنسانية في القرن الجديد .

1- الإشكاليات المعرفية

أدت التطورات العالمية التي أشرنا إليها في مقدمة هذا البحث الى بروز إشكاليات معرفية جديدة ومشكلات واقعية عالمية ويمكن رد سبب بروز هذه الإشكاليات والمشكلات إلى عوامل متعددة، وربما كان أول عامل من هذه العوامل هو الخبرة التاريخية الثمينة التي تحصلت من الممارسات الإيديولوجية والسياسية والاقتصادية والثقافية في القرن العشرين .

لقد كان القرن العشرون حافلا بالأحداث الكبرى، فقد اكتملت فيه الثورة الصناعية بكل أبعادها، ثم برزت من بعد الثورة العلمية والتكنولوجية، حيث أصبح العلم لأول مرة في تاريخ البشرية عنصرا أساسيا من عوامل الإنتاج، وتحولت التكنولوجيا لتصبح هي الأداة الأساسية لإشباع الحاجات الأساسية لملايين البشر في مختلف أنحاء المعمورة .

وجاءت مؤخرا الثورة الاتصالية الكبرى والتي أصبحت شبكة الإنترنيت هي رمزها البارز، وهذه الثورة بإجماع العلماء الاجتماعيين هي أخطر ثورة في تاريخ البشرية، بحكم أنها أتاحت للناس في كل مكان إمكانية الاتصال المباشر، والتفاعل الإيجابي بين مختلف الثقافات الإنسانية بكل ما تحفل به من رؤى متنوعة للعالم .

وليست خبرة القرن العشرين فقط هي التي أدت إلى بروز إشكاليات معرفية ومشكلات واقعية جديدة، بل إن بروز الوعي الكوني بمشكلات الإنسانية الحادة وأبرزها موضوع البيئة ومخاطر تلوث الكوكب، قد أدى إلى ظهور أنماط مستحدثة من التفكير، وممارسة مؤسسات قديمة مثل اليونسكو ومؤسسات حديثة مثل جامعة الأمم المتحدة في طوكيو للبحث بطرق جديدة تعتمد في المقام الأول على التفكير الجماعي، من خلال استطلاع آراء أبرز العقول الإنسانية في مختلف التخصصات العلمية وحقول المعرفة، حول تشخيص الوضع الإنساني الراهن، والتماس أكثر الحلول فعالية لمواجهة كل من الإشكاليات المعرفية والمشكلات الواقعية .

يمكننا التأكيد على أن ابرز المؤسسات العالمية التي انشغلت في السنوات الأخيرة بموضوع تحديد وبلورة الإشكاليات المعرفية ونحن على مشارف الألفية الثالثة هي هيئة اليونسكو .

وفي هذا المجال نظم العالم الاجتماعي الفرنسي جيروم بانديه رئيس وحدة البحوث المستقبلية في اليونسكو مؤتمرا عالميا عنوانه "حوارات القرن الحادي والعشرين" جمع فيه ابرز العقول لمناقشة الإشكاليات التي ستواجه الإنسانية في العقود القادمة .

وقد جمع بانديه خلاصة هذه الحوارات في كتاب نشرته اليونكسو في أبريل عام 2000 بعنوان "مفاتيح القرن الحادي والعشرين". ولو استعرضنا أقسام الكتاب الخمسة، لاستطعنا ان نضع أيدينا على الإشكاليات المعرفية الأساسية، التي تصلح لأن تكون موضوعات بحثية، تؤلف عنها الأبحاث والكتب، أو تكون موضوعات لورش عمل وندوات ومؤتمرات .

وفيما يلي بيان بهذه الموضوعات الهامة:

القسم الأول:استشراف المستقبل وعدم اليقين أي مستقبل للبحوث المستقبلية؟

موضوعات هذا القسم تتعلق كلها بفكرة استشراف المستقبل من زاوية إمكانياتها وحدودها و فاقها وعلاقتها بالفعل السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي .

ومن أمثلة الموضوعات المبحوثة :

1- مستقبل واحد أو تعددية المستقبلات؟

2- طبيعة المستقبل

3- أصول المستقبل

القسم الثاني: نحو عقد طبيعي :مستقبل النوع الإنساني ومستقبل الكوكب .

ومن أمثلة الموضوعات المبحوثة:

1- أي مستقبل للنوع الإنساني؟

2- السكان: أي مستقبل للسكان والهجرة في القرن الحادي والعشرين؟

القسم الثالث: نحو عقد ثقافي جديد؟

آفاق جديدة للثقافة التعددية والتعليم

وفيما يلي نماذج من الموضوعات المبحوثة :

1- نحو صدام للحضارات أم تجاه التهجين الثقافي؟

2- الآفاق الجديدة للثقافة: العولمة وعدم اليقين الثقافي والعنف

3- نحو ثقافات مهجنة

القسم الرابع: نحو عقد اجتماعي جديد؟

تعلم العيش المشترك

وفيما يلي نماذج من البحوث :

1- أي ديمقراطية في المستقبل؟

2- أي مستقبل لحقوق الإنسان؟

3- ما هو مستقبل وضع المرأة في العالم ؟

4- ما هو مستقبل الطفولة في القرن الحادي والعشرين؟

5- ما هو مستقبل العمل وما هو مستقبل الوقت؟

القسم الخامس: نحو عقد أخلاقي جديد؟

العالم والعولمة

وفيما يلي نماذج من البحوث :

1- الثورة الصناعية الثالثة والعولمة .

2- هل تمثل العولمة فخا؟

3- عقد اجتماعي جديد لمرحلة جديدة من مراحل العولمة .

4- نحو نمط جديد من التنمية ونهاية الفقر .

ويمكن القول إن كل إشكالية معرفية من هذه الإشكاليات تنطوي على موضوعات بحثية متعددة وهذه الموضوعات صدر بصددها كتاب بالغ الأهمية نشرته اليونسكو من تأليف فردريك مايور السكرتير السابق لليونسكو وأسهم إسهاما واضحا في تأليفه جيروم بانديه .

والكتاب عنوانه "عالم جديد ."

F.Mayor, J.Binde ; Un monde nouveau ; Paris ; Editions Odile Jacob ; 1999

(2)المشكلات الواقعية

في تقديرنا أن المؤسسة العالمية التي تخصصت في الفترة الأخيرة في حصر وتحديد المشكلات الواقعية التي ستجابه الإنسانية في القرن الحادي والعشرين هي جامعة الأمم المتحدة في طوكيو باليابان. وقد أسست هذه الجامعة مشروعا رائدا اسمه "المشروع الألفي The Millennium "أصبح يصدر تقريرا سنويا بعنوان: "حالة المستقبل of the future "وقد حرر التقرير الأخير الصادر عام 2002 . Jerome C. Glenn & Theodore J. Gordon

ومما هو جدير بالذكر أن مركز الدراسات المستقبلية التابع لجامعة القاهرة أصبح مشاركا في وضع تقرير "حالة المستقبل" الجديد، وباعتباري أحد مستشاري هذا المركز فأنا مع مجموعة من الخبراء شاركنا بعرض رؤيتنا للمستقبل حتى يتضمنها التقرير الجديد .

وقد استطاع تقرير حالة المستقبل أن يضع يده على خمس عشرة مشكلة عالمية، بيان بعضها كما يلي :

1- كيف يمكن تحقيق التنمية المستدامة لكل الناس؟

2- كيف يمكن إتاحة الفرصة لكل فرد ليحصل على نصيبه من المياه النظيفة بغير صراع؟

3- كيف يمكن إقامة التوازن بين التزايد السكاني والموارد؟

4- كيف يمكن لديمقراطية أصيلة أن تنبع من النظم السلطوية السائدة؟

5- كيف يمكن لعملية صنع القرار أن تكون أكثر التفاتا لمنظور الأجل الطويل؟

6- كيف يمكن للعولمة وشيوع المعلوماتية والاتصالات أن تعمل لخير كل إنسان؟

7- كيف يمكن تدعيم البعد الأخلاقي للأسواق لسد الفجوة بين الغني والفقير؟

8- كيف يمكن تقليل مخاطر الأمراض الجديدة والأمراض القديمة التي عادت للظهور؟

9- كيف يمكن تدعيم القدرة على الحسم واتخاذ القرار في ضوء تغير طبيعة العمل والمؤسسات؟

10- كيف يمكن للقيم المشتركة واستراتيجيات الأمن الجديدة التقليل من الصراعات

http://www.afkaronline.org/arabic/archives/mai-juin2005/sayed.html

الفصل الثاني

أثر مشاهدة البرامج الفضائية على المهارات الاجتماعية

الفصل الثاني

أثر مشاهدة البرامج الفضائية على المهارات الاجتماعية

لدى عينة من الأطفال

هدفت الدراسة الحالية إلى الكشف عن العلاقة بين نوعية البرامج الفضائية التي يشاهدها الأطفال وبين المهارات الاجتماعية لهؤلاء الأطفال، كما تحاول الدراسة التعرف على العلاقة بين عدد ساعات مشاهدة هذه البرامج الفضائية وبين المهارات الاجتماعية لهؤلاء الأطفال. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتكونت عينة الدراسة من 200 طفل وطفلة ممن تتراوح أعمارهم بين 5- 12 سنة ومقياس المهارات الاجتماعية: إعداد السمادوني وتعديل الجمعة (1996م) واعتمدت الدراسة على أسلوب تحليل التباين أحادي الاتجاه One way Analysis of Variance واختبار شيفيه للمقارنات المتعددة Multiple Comparison والذي أسفرت نتائجه عن عدم اختلاف المهارات الاجتماعية بالنسبة للأبعاد: التعبير الانفعالي، والحساسية الانفعالية، والضبط الانفعالي، والتعبير الاجتماعي، والحساسية الاجتماعية، والضبط الاجتماعي، والدرجة الكلية للمهارات الاجتماعية باختلاف نوع البرامج الفضائية التي يشاهده الأطفال بالإضافة إلى عدم اختلاف المهارات الاجتماعية بالنسبة للأبعاد: التعبير الانفعالي، والحساسية الانفعالية، والتعبير الاجتماعي، والحساسية الاجتماعية والدرجة الكلية للمهارات الاجتماعية، بينما اختلف الضبط الانفعالي والضبط الاجتماعي باختلاف عدد ساعات مشاهدة القنوات الفضائية، لصالح الأطفال الذين يشاهدون القنوات الفضائية بصورة أقل.

تعيش المجتمعات البشرية في دوامة التغير التي فرضتها معظم معطيات العصر التقنية، هذا التغير كان نتيجة تطلع الإنسان إلى مواكبة عجلة التقدم العلمي والإفادة من تلك المعطيات، إلا أن المواكبة السليمة لتطور الأمم تتم من خلال التقويم المستمر لكل ما يعرض من تقنيات حديثة بحيث يتم اختيار ما يلائم احتياجات الفرد والتي هي جزء من احتياجات مجتمعه، دون أن يؤثر ذلك في القيم والمفاهيم الإنسانية للمجتمع الذي يعيش فيه. فمعين التقدم العلمي لا ينضب، ومجالاته المتعددة ضربت جذورها في أعماق المجتمع فأحدثت تغيراً في سلوك الفرد، وهذا التغير يجب أن يواكبه شيء من الحذر، فإذا كان تغيرا مرغوبا فهذا ما تسعى إليه المجتمعات للرقي بمعطياتها وأسلوب حياتها إلى الدرجة التي تكفل لها مواجهة التحديات التقنية، وتمكنها من استغلال الموارد الطبيعية والبشرية الاستغلال الأمثل. (الشاعر، 1996م)

ونتيجة للتقدم العلمي والتكنولوجي السريع الذي اجتاح العالم ، شهدت السنوات الأخيرة من القرن العشرين ظهور القنوات الفضائية وانتشارها على نطاق واسع ، مما أدى إلى تحول العالم إلى قرية كونية صغيرة تربطها شبكة اتصالات واحدة عبر الأقمار الصناعية، كما تنامت قوة الإعلام الفضائي ، وزادت المنافسة بين القنوات الفضائية على استقطاب المشاهدين أمام الأجهزة المرئية ، وذلك من خلال ما تبثه من برامج علمية وثقافية وترفيهية وأيديولوجيات متعددة موجهة إلى المشاهدين باختلاف مراحلهم العمرية.

ويمكن إرجاع بداية التطوير للإذاعة المرئية لعام 1839م على يد العالم الفيزيائي (الكسندر أدموند بيكيل)، وفي عام 1884م اخترع العالم الألماني (بول نيكو) عملية المسح الصوري الأسطوري والمرئي والميكانيكي وطورها فدخل التلفزيون عصوراً تجريبية جديدة، كما واصلت شركات مثل شركةR. C. A

أبحاثها الخاصة بالتلفزيون في مدينة نيويورك عام 1930م، وفي عام 1936م كان في استطاعة أجهزة الاستقبال المرئي التقاط الإشارة عن بعد ميل واحد ، لقد طُوّر استخدام التلفزيون بعد ذلك حيث أدخلت عليه تحسينات كبيرة وسارعت الدول في انتقائه كوسيلة إعلامية ذات أهمية كبرى للتأثير على الجماهير (الشال، 1993م، 9).

لقد أضحت الإذاعة المرئية في النصف الثاني من القرن العشرين مُعجزة القرن حيث بدأت التأثير على المشاهد بشكل واضح مؤثرة على تفكيره وعلى ثقافته وعلى سلوكه مُشكِلة لشخصيته من خلال ما يضخه المسيطرون على شركات الإعلام من ثقافات يريدون للمتلقي التشبع بها، ويقول (بورستين) إن الإذاعة المرئية تعد أروع عدسة لها هذه الزاوية المشعة التي اخترعها الإنسان، والتلفزيون له تأثير ساحق في نطاق مفهوم الإنسان المعاصر(رضا، 1998م، 77).

وتُعد الإذاعة المرئية أهم وسائل الاتصال في الوقت الحاضر، ومن أخطر الوسائل الإخبارية والتربوية والإعلامية لما تتمتع به من خصائص وإمكانات لا تتوفر في وسائل أخرى، ويمكن تحديد الخصائص المميزة للأجهزة المرئية باعتبارها وسيلة لعرض برامج القنوات الفضائية في النقاط التالية:

1) إن الجهاز المرئي يجمع بين الكلمة المسموعة والصورة المرئية مما يزيد من قوة تأثيره.

2)إن الجهاز المرئي يتميز بقدرته على جذب المشاهد وخاصة صغار السن وتحقيق درجة عالية من المشاركة من خلال ما يقدمه من مواد تعليمية وترفيهية إضافة إلى الدور التربوي الذي يقوم به.

3) يتعامل مع المشاهد مباشرة، فالمرسل في هذه الوسيلة يخاطب المستقبل

وجهاً لوجه (الأصفر، 1993م، 212).

4) إمكانية نقل الأحداث الاجتماعية على الهواء ساعة وقوعها ونقل الكثير من الجوانب الثقافية والمعنوية والمادية للمشاهد ونقل خبرات الأشخاص ذوي المواهب والتخصصات النادرة، وبإلقاء المحاضرات وعرض البرامج والندوات والأفلام العلمية عن عالم الحيوان أو حياة الشعوب وأساليب حياتها (شراب، 1996م، 111).

5) الصورة المتحركة الناطقة التي يقدمها هذا الجهاز تجعل المشاهد يتابع الأحداث في مكانه دون أن يكلف نفسه عناء الخروج من منزله للبحث عنها.

6) يتميز الجهاز المرئي بقدرته على تحويل المجردات إلى محسوسات، ويُعد وسيلة جذابة للكبار والصغار، فهو يمتلك القدرة الفنية التي تمكنه من تحويل الخيال إلى صورة واقعية.

وفي المنطقة العربية كان النظام الإعلامي العربي يستقبل الرسائل المرئية كوسيلة اتصال حديثة، ومن الضروري الإشارة إلى نقطتين لعبتا دوراً كبيراً في نشأة التلفزيون العربي وهما (ابن عروس، 1997م، 13):

1) التلفزيون أصبح ضرورة إعلامية لعالمنا.

2) تفهم القادة والحكام العرب للدور الكبير الذي يلعبه التلفزيون كوسيلة مهمة لإدارة الشعوب سياسياً واجتماعياً.

ولا شك أن وسائل الاتصال الجماهيري لها تأثير كبير على النشء وبالأخص التلفاز، فقد أصبح للتلفاز اليوم أهميه بالغة الأثر ليس على الصعيد الإعلامي فحسب وإنما على جميع أنماط الحياة، فهو يعمل بطريقه أو بأخرى في التأثير على حياتنا سلبا أو إيجابا. فلو أحسن استغلاله استغلالا جيدا فسوف يعكس دورا

يشكل به سلوك النشء و إذا لم يستغل الاستغلال الجيد فإنه يكون معول هدم للأبناء. (البوهي والشنو، 1996م)، حيث تتعدد الأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في الحياة الاجتماعية والثقافية المعاصرة وذلك لأن وسائل الإعلام أصبحت تقوم بدور كبير في تشكيل مفاهيم الناس وتصوراتهم عن كافة شئون الحياة، بالإضافة إلى ما تقوم به من تزويد الأفراد بالخبرات المتنوعة في كثير من المجالات، ويساهم التعليم بأدواره ومهامه المتعددة في تزويد الأفراد بالخبرات المتنوعة في كثير من المجالات و المعارف والقيم وذلك لإعدادهم لأداء الأدوار المستقبلية وتهيئتهم التهيئة الاجتماعية والثقافية المناسبة للمستقبل (البكري، 1996م).

ومع انتشار الصحون الفضائية في السنوات الأخيرة تحولت هذه الظاهرة إلى ظاهرة اجتماعية عامة مما دفع بالعديد من الباحثين في مجال علم النفس الاجتماعي وعلم الاجتماع الإعلامي والتربوي إلى دراستها كظاهرة لها آثارها الاجتماعية والنفسية والثقافية ، وتتبع هذه الآثار في أنماط تفكير وسلوك المشاهدين وفي مقدمتهم الأطفال ، ودراسة طبيعة الدور التربوي والتوجيهي الذي تلعبه القنوات الفضائية في تنشئة الأطفال وما قد تغرسه في شخصية الطفل من قيم وسلوكيات تؤثر في مظهره الخارجي ومستواه الدراسي وتوافقه الاجتماعي.

وتعد مرحلة الطفولة من المراحل الحرجة في نمو الفرد وفي تكوين شخصيته، حيث يبلغ تأثر الشخص بالمحيط الخارجي الذي يعيش فيه ذروته، فهو يتعلم كيفية التعامل مع آخرين بدءا بوالديه، ومرورا بتكوين الصداقات مع أقرانه وانتهاء بالتعاون مع المثيرات البيئية التي تحيط به، ومن أهمها في عصرنا الحاضر التليفزيون والفيديو والحاسوب (الشاعر، 1996م).

والأطفال متفاوتون في الاستعداد والتقبل والاستجابة والتأثر والتفاعل مع

البيئة التي يعيشون فيها ويرى بياجيه أن هناك أربع مراحل أساسية للاستعداد المعرفي لدى الطفل تتدرج وفق التسلسل الزمني للمرحلة العمرية التي تشكل مرحلة الطفولة وهى الحس حركية، وما قبل العمليات وتنقسم بدورها إلى مرحلة ما قبل العمليات والمرحلة الحدسية، ثم مرحلة العمليات الملموسة، ثم مرحلة العمليات الشكلية (الرمزية).(الشاعر، 1415هـ، 52- 54)

ورغم الاختلاف على تحديد المراحل العمرية للطفل تظل السنوات الست الأولى من عمر الطفل مرحلة حرجة، والتأثر خلالها ينعكس على شخصية الفرد في المستقبل ويعيش الطفل هذه السنوات من عمره في المنزل قبل التحاقه بالمدرسة وعادة ما يكون اتصاله في هذه الفترة منحصرا في والديه وأقرانه والبيئة المحيطة بمعنى أن ما يتلقاه من أفكار وعادات وتقاليد وسلوك يصله بشكل عشوائي وغير منظم أو مراقب، فإذا ما اكتسب الطفل هذه الاتجاهات والقيم يكون من الصعب تعديلها أو تغييرها في المستقبل. وفى العصر الحاضر أصبح التليفزيون أحد أفراد الأسرة وتأثيره غيَّر كثيراً من أنماط العادات الأسرية بل والتركيب الأسري وأكثر من يتأثر بهذا الجهاز هم الأطفال حيث سلبهم وقتهم وتفكيرهم ونشاطهم. (الشاعر، 1415هـ، 53)

وكان الطفل ولا يزال موضوع دراسة لعلماء التربية والاجتماع والإعلام وغيرهم، وذلك بغية إيجاد أسلوب علمي موضوعي وصحي للتعامل مع الطفل للوصول إلى جيل مترابط الجوانب الثقافية والصحية والاجتماعية. وتنصب معظم الدراسات حول الطفل في الجوانب التالية:

1- التفاعل الاجتماعي للطفل ودوره في تكوين شخصيته.

2- دور الأسرة وموقع الطفل في الخريطة الأسرية ونوع التفاعل الأسري معه

ودوره في تنمية شخصيته.

3- البيئة وما تشتمله من جوانب ثقافية ودينية وعلمية وتقنية بما فيها الإعلام و دورها الفعال في بلورة شخصية الطفل.

ولقد أثار موضوع تأثير وسائل الإعلام على الطفل كثيراً من الاتجاهات الناقدة والمدعمة لهذا الدور الذي يقوم به التليفزيون كأحد وسائل الإعلام في حياة الأطفال، لعدم إمكانية الفصل النهائي في هذا الموضوع بالسلب أو بالإيجاب وخاصة أن الموضوع يحتاج إلى التحكم في جملة من المعطيات انطلاقا من دراسة شخصية واستعدادات الأطفال إلى دراسة محتويات البرامج في محطات الإرسال التليفزيوني المختلفة وانتهاء بأنماط الثقافات المتباينة (البوهي والشنو، 1996م).

ويعتقد بعض الآباء والمربين بأن كثيرا من برامج التليفزيون تشجع الأطفال على اكتساب مستوى منحط من الذوق لا يليق بالحياة الاجتماعية السليمة، بينما تضيف إحدى الباحثات أن البرامج الجيدة في التليفزيون أشبه بقطرات من الماء النقية الضائعة في محيط من النفايات، ويرى البعض أن التليفزيون يعطى الطفل مفهوما غير صحيح عن الصواب والخطأ بالنسبة للسلوك الاجتماعي للإنسان، وبما أن عقول الأحداث والمراهقين شديدة الحساسية والاستعداد للتأثر بما ترى والتكيف له، نتيجة الفاعلية الكبيرة التي تمتاز بها الوسائل السمعية البصرية في التربية والتعليم، فلو تُركت البرامج التليفزيونية بدون اختيار للموضوعات سيكون لها تأثير سلبي كبير على نفوس المشاهدين الصغار وستنعكس هذه الآثار على شخصياتهم وتكوينهم (البوهي والشنو 1996م).

وإذا كان البعض يرى في التليفزيون جاذبا للطفل في المنزل وعاملا مساعدا

على جمع شمل الأسرة لما له من قوة الجذب والتأثير، فهذا لا يمنع من كونه عاملا على تنمية السلوك الفردي ولا يساعد على السلوك الجماعي وبذلك يشجع الطفل على الانسحاب من عالم الواقع والانزواء أمام شاشة التليفزيون (البوهي والشنو، 1996م).

وهناك فريق آخر يرى أن مشاهدة التليفزيون أمر لا مشكلة فيه عدا التحكم في مشاهدة البرامج المناسبة والجيدة، ويرى بعض المدرسين والآباء أن التليفزيون أداة فعالة ونافعة في بناء القيم وخلق جو من التضامن والتفاهم في العلاقات الأسرية إذ لولاه لما اجتمع أفراد الأسرة الواحدة في أوقات عرض بعض البرامج كما أنه يساعد على تنمية قدرات التلاميذ بالنسبة لتقويم البرامج واختيارها (الدويك والفرجاني، 1986م، 62).

وللمهارات الاجتماعية أهمية كبيرة في حياة الناس اليوم، فالتغيرات الاجتماعية والاقتصادية السريعة التي يمر بها المجتمع تتطلب من الأفراد أن يكونوا مزودين بالمهارات التي تمكنهم من التلاؤم والتكيف مع ظروف المجتمع، فهي ضرورية في جميع مواقف الحياة المختلفة. حيث لا يمكن تصور أن يعيش الإنسان في كهف منعزل عن العالم، ولا يمكن تحقيق وجود إنساني سليم دون إدراك الوجود الاجتماعي بكل صوره، فالإنسان كائن اجتماعي مفطور على الحياة الاجتماعية، يحمل في أعماق نفسه غريزة حب الاجتماع والعيش ضمن الجماعة (البلوي ، 2004م : 111).

وتعتبر المهارات الاجتماعية من العناصر المهمة التي تحدد طبيعة التفاعلات اليومية للفرد مع المحيطين به في السياقات المختلفة، والتي تعد في حالة اتصافها بالكفاءة من ركائز التوافق النفسي على المستوى الشخصي والمجتمعي. ومن أبرز المزايا المترتبة على ارتفاع مستوى تلك المهارات: تمكين الفرد من إقامة علاقات

وثيقة مع المحيطين؛ والحفاظ عليها، من منطلق أن إقامة علاقات ودية يعد من بين المؤشرات الهامة للكفاءة في العلاقات الشخصية . فالفرد يحيا في ظل شبكة من العلاقات التي تتضمن الوالدين والأقران والأقارب والمعلمين ومن ثم فإن نمو تلك المهارات ضروري للشروع في إقامة علاقات شخصية ناجحة ومستمرة معهم (السيد؛ فرج؛ محمود؛ 2003م : 115).

يضاف إلى ذلك أن ذوي المهارات الاجتماعية المنخفضة لديهم صعوبة في فهم وتفسير سلوك ومقاصد الآخرين على نحو قد يستدعي ردود أفعال دفاعية قد تؤثر سلبا على العلاقة معهم، كان من الممكن تجنبها في حالة الفهم الدقيق لسلوكهم. ومن هذا المنطلق فقد أصبح من المتفق عليه أن المهارات الاجتماعية من المحددات الرئيسية لنجاح الفرد أو فشله في المواقف المتنوعة، فهي التي تمكنه في حالة ارتفاعها من أداء الاستجابة المناسبة لموقف بفاعلية وفي المقابل فإن ضعفها يعد أكثر العوائق في سبيل توافق الفرد مع الآخرين (السيد؛ فرج؛ محمود؛ 2003م : 117).

ومن هنا نبعت مشكلة الدراسة الحالية والتي تحاول التعرف على العلاقة بين مشاهدة الأطفال للبرامج الفضائية وبين المهارات الاجتماعية لدى عينة من الأطفال بدولة الكويت.

مشكلة الدراسة:

يؤكد الباحثون أن الإعلام يرتبط بنائيا ووظيفيا بالظواهر الاجتماعية والثقافية السائدة في المجتمع، ويقوم بدور حيوي في التأمل الاجتماعي والسياسي، وإذا كان الهدف من العملية التعليمية هو تحقيق وظائف اجتماعية تتناسب وأهداف المجتمع الواقعية الحاضرة والمستقبلية، وأن أهداف أي مجتمع نام هو

تأكيد الهوية الثقافية والاجتماعية والروحية والسياسية، فماذا نحن فاعلون إزاء ما يحدث الآن من انفتاح ثقافي وإعلامي، وما هو الأثر الذي سيخلقه ذلك الانفتاح عبر الفضاء على الأطفال وعلى مستقبلهم خاصة وأن الباحثين يؤكدون على أنه لا يمكن أن يُوقف مسار الإعلام العالمي (لبيب، 1991م، 15).

ورغم أهمية الاتصال عن طريق الأقمار الصناعية وأهمية البث المباشر في تنمية الوعي الثقافي والاجتماعي للأفراد وبصفة خاصة للأطفال، وأهميته في إثراء الثقافات وتلميعها والإطلاع على الجيد دائماً والوقوف على الأحداث العالمية أولا بأول، إلا أن هناك بعض السلبيات التي يمكن أن تنجم عن ذلك الاتصال العالمي (البكري، 1996م).

فثمة دراسات تشير إلى أن العالم سيشهد اشتباكات حضارية وثقافية بعد اتساع قنوات البث الفضائي وتزايد الأقمار الصناعية ذات البث المباشر مما قد ينجم عنه كثير من الصراعات وكثير من التوتر والتمرد والاحتجاج، وما قد يؤثر على القيم التي سادت في المجتمع دوما وهى قيم التماسك والتكافل والتراحم والشعور بحاجات الآخرين والترابط الأسري الذي يتمتع به المجتمع، ثم ما قد يؤدي إليه ذلك من تهديد الهويات والثقافات السائدة، ولم يكن من المستغرب أو المزعج أن تعرب أمم كثيرة عن شديد قلقها بشأن النتائج المحتملة للبث المباشر عبر الفضائيات في وقت ما مستقبلا، فهذا القلق هو بمثابة تطور طبيعي للوضع الراهن الذي تسيطر فيه حفنة من تكتلات وسائل الإعلام في البلدان الرأسمالية الغنية على تداول الأنباء والأفلام والمجلات وبرامج التليفزيون وغيرها من المواد على الصعيد الدولي. (هربرت، 1993م، 20).

وقد قدم باندورا Bandura 1977 سنة نظرية للسلوك الإنساني وهي نظرية التعليم الاجتماعي حيث أوضح بأن عملية المحاكاة تلعب دورا هاما في اكتساب

الطفل لعدد كبير من السلوك الاجتماعي مثل معايير تقييم الذات، ومساعدة الآخرين والعدوانية وغيرها من أنماط السلوك، وترجع أهمية هذه النظرية إلى أنها ترتبط بوسائل الإعلام وبشكل خاص التليفزيون وذلك لأن كثيرا من أنواع السلوك الذي يتعلمه الطفل يتم ملاحظته في وسائل الاتصال، ويلعب التليفزيون وما يبثه من مواد وفقرات وإعلانات دوراً كبيراً في نظرية التعليم الاجتماعي (Bandura, 1977, 17) حيث يقوم بعض الأطفال بمحاكاة بعض النماذج التي يتعرضون لها ويقدمها الإعلام في التليفزيون ويقومون بتقليدها ويحتفظون بها لتكرار هذا السلوك في مواقف أخرى، وهذا يعني أن نظرية التعلم الاجتماعي توضح كيفية التعلم من خلال الملاحظة.

وعلى الرغم من اهتمام العديد من الدراسات بالعلاقة بين مشاهدة التلفزيون وبين بعض المتغيرات الاجتماعية للأفراد كما في دراسة كل من شقير (1999م) وحافظ (1998م) ورأفت (1998م) وقبلان (1998م) ومحمد (2000م) وعوض (1997م) ودرويش (2001م) إلا أن أيا من هذه الدراسات لم تتناول المهارات الاجتماعية ومدى تأثرها بمشاهدة التلفزيون عند الأطفال بصفة عامة وبدولة الكويت بصفة خاصة.

وانطلاقاً مما سبق فإن هذه الدراسة تهدف إلى اختبار تأثير القنوات الفضائية في المهارات الاجتماعية للطفل من خلال ما يقدمه الإعلام الفضائي الموجه إلى الطفل بصفة خاصة، ومدى استفادة الطفل من هذا الزخم الإعلامي في تنمية مداركه الاجتماعية والسلوكية وفي تفاعله مع البيئة المحيطة به، وبذلك تحاول الدراسة التعرف على الآثار الإيجابية والسلبية التي قد تخلفها المادة الإعلامية من خلال ما تبثه القنوات الفضائية على المهارات الاجتماعية للطفل، وذلك من خلال الإجابة عن التساؤلات التالية:

السؤال الأول:

هل تختلف المهارات الاجتماعية للأطفال باختلاف عدد ساعات مشاهدة البرامج الفضائية؟.

السؤال الثاني:

هل تختلف المهارات الاجتماعية باختلاف نوع البرامج الفضائية التي يشاهدها الأطفال؟.

أهمية الدراسة:

ترجع أهمية الدراسة إلى ما يلي:

•إن مرحلة الطفولة تعد حلقة عمرية تتوقف عليها مراحل النمو الأخرى في المستقبل حيث إن ما يتم غرسه وتعلمه في الصغر يصعب تغييره في الكبر، كما أن مرحلة الطفولة المتأخرة والتي تبدأ من ست سنوات حتى بداية البلوغ في سن 12 هي سنة التمييز.

•تساهم في إثراء المكتبة الجامعية وإثراء التراث السوسيولوجي في مجال من أهم المجالات الاجتماعية وهو (دور الإعلام في التنشئة الاجتماعية).

•ما تقدمه نتائجها النابعة من الواقع من معطيات واقعية تفيد الجهات المختصة والقائمين على المجال التربوي ، والاستفادة منها في معالجة الإشكاليات التي تواجه التربويين والقائمين على التنشئة الاجتماعية .

•قلة الأبحاث العلمية التي تتناول دور القنوات الفضائية في تكوين شخصية الطفل .

•طبيعة التغيرات التي يشهدها العالم العربي بصفة عامة والمجتمع الكويتي

بصفة خاصة في الآونة الأخيرة بين الأصالة والمحافظة من جهة والتغريب والتقليد من جهة أخرى.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على:

1- العلاقة بين المهارات الاجتماعية للأطفال وعدد ساعات مشاهدة البرامج الفضائية.

2- العلاقة بين المهارات الاجتماعية ونوع البرامج الفضائية التي يشاهدها الأطفال.

مصطلحات الدراسة:

المهارات الاجتماعية:

يمكن تعريف المهارات الاجتماعية على أنها مجموعة من السلوكيات التي تعلمها الفرد من البيئة والتي تمكنه من التكيف مع المجتمع لتجنبه الاستجابات المؤدية إلى العقوبة أو النبذ من الآخرين كما تدفعه على إدراك حاجات ورغبات وانطباعات الآخرين بدقة. وهي مجموعة من الاستجابات التي تحقق قدراً من التفاعل الناتج مع البيئة سواء في المجتمع أو الأسرة أو في المدرسة أو مع الرفاق أو حتى مع الغرباء وتؤدي إلى تحقيق أهدافه التي يقبلها المجتمع.

ويمكن النظر إلى المهارات الاجتماعية على أنها مجموعة السلوكيات اللفظية وغير اللفظية التي تحقق للفرد قدراً من التفاعل الاجتماعي مع الرفاق وتؤدي إلى تقبل الرفاق له (أبو قورة، 1998م: 7) وتعرف المهارات الاجتماعية في هذه الدراسة إجرائيا بأنها الدرجة التي يحصل عليها الطفل في مقياس المهارات

الاجتماعية الذي يتكون من الأبعاد التالية.

أ. التعبير الانفعالي:

عبارة عن مهارة في الإرسال غير اللفظي والتي تشتمل على المهارة في إرسال الرسائل الانفعالية، ويعكس هذا البعد قدرة الفرد على التعبير بتلقائية وصدق عما يشعر به من حالات انفعالية، كما تشتمل أيضا على التعبير غير اللفظي للاتجاهات والسيطرة وملامح التوجه الشخصي.

ب. الحساسية الانفعالية:

عبارة عن مهارة في استقبال انفعالات الآخرين وقراءة وتفسير رسائلهم الانفعالية غير اللفظية.

ج. الضبط الانفعالي:

عبارة عن القدرة على ضبط وتنظيم التعبيرات غير اللفظية والانفعالية، ويشتمل على القدرة على إخفاء الملامح الحقيقية للانفعالات والقدرة على التحكم فيما يشعر به الفرد من انفعالات.

د. التعبير الاجتماعي:

عبارة عن مهارة التعبير اللفظي والقدرة على لفت أنظار الآخرين عند التحدث في المواقف الاجتماعية.

هـ. الحساسية الاجتماعية:

عبارة عن القدرة على الإنصات اللفظي والحساسية والوعي بالقواعد المستترة وراء أشكال التفاعل الاجتماعي والفهم الكامل لآداب السلوك الاجتماعي والاهتمام بالسلوك بالطريقة اللائقة في المواقف الاجتماعية.

و. الضبط الاجتماعي:

عبارة عن مهارة لعب الدور وتحضير الذات اجتماعيا، أي أنه نوع من التمثيل الاجتماعي، وتعتبر هذه المهارة هامة لتنظيم عملية الاتصال في التفاعل الاجتماعي.

الدراسات السابقة:

أجريت العديد من الدراسات التي اهتمت ببحث أثر وسائل الإعلام المختلفة وعلى رأسها التلفزيون على كثير من المتغيرات، ففي دراسة جومز (Gomez, 1988) حول التليفزيون التجاري وتعليم الأطفال في المكسيك، هدفت الدراسة للتعرف على أثر برامج التليفزيون على تحصيل تلاميذ المرحلة الابتدائية وما قبلها، واشتملت العينة على 174 طفلا من مختلف الطبقات الاجتماعية واستخدم لذلك الاستبانات والمقابلات، وتبين أن الأطفال من الطبقات الدنيا (الفقراء) هم أكثر الأطفال لمشاهدة لبرامج التلفاز وأن عائلاتهم ومدرسيهم يعتبرونه أقل فاعلية ويؤثر سلبا على تحصيل التلاميذ.

وفي دراسة هام (Hamm, 1988) عن دور التليفزيون في تعريف التلاميذ بأهم القضايا العلمية التي أجريت على عينة من 100 من تلاميذ الصفين السادس والسابع من مرحلة التعليم الأساسي بولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة، تبين أن التليفزيون هو أكثر مصادر المعلومات للتلاميذ بالنسبة لموضوعات مثل الخطر النووي، مرض الإيدز، المجاعة في العالم، وتلوث المياه والبيئة، حيث إن الكتب المدرسية لا تخصص إلا 2٪ من حجمها لمثل هذه المواضيع.

أما دراسة شارلز (Charles, 1988) حول نوعية البرامج التليفزيونية وعلاقاتها بإنجاز وتصرف الأطفال بطيئي التعلم واستخدمت الدراسة عينة من تلاميذ

الصفين الخامس والسادس الابتدائي بانجلترا، وتم تحليل محتوى 279 برنامجاً تليفزيونياً بواسطة 9 محكمين متخصصين، وباستخدام مقياس للإنجاز والتصرف للتلاميذ، تبين أن برامج التليفزيون تقدم راحة غير واقعية للمشاهدين، وإن كان الإنجاز الدراسي للتلاميذ يتحسن لدى بطيىء التعلم.

وفي دراسة ديبورا (Deborah, 1989) العادات المكتسبة من خلال وسائل الإعلام المختلفة تبين أن أطفال ما قبل المدرسة الابتدائية (225طفلا بتايوان) يبدون اتجاها عدائيا ضد بعضهم البعض عند مقارنتهم بأطفال لم يشاهدوا أفلاما تحوي مشاهد عنف، كما وجدت علاقة إيجابية بين نسبة العنف وعدد ساعات مشاهدة أفلام العنف.

وفي دراسة سميث (Smith, 1989) حول تأثير البرامج والإعلانات على مدى تجاوب الأطفال (302طفل بأمريكا) مع أهداف الإعلان التجاري بالتليفزيون، يشكل الأطفال سوقا هامة لسببين أولهما: أنهم يشترون بضائع لأنفسهم، والثاني: لأنهم يؤثرون على أعضاء الأسرة لأن يشتروا لهم البضائع التي يريدونها وباعتبار التليفزيون هو وسيلة الدعاية الذي يشاهده الأطفال أكثر من غيرهم فإن معظم الإعلانات موجهة للأطفال وتجذبهم، وأوضحت الدراسة بأن الأطفال أكثر تجاوبا مع مواد البرامج المقدمة بالتليفزيون وإعلاناته سواء كانت أكثر أم أقل عنفا، وأجريت الدراسة على عينة من الأطفال أعمارهم تنحصر بين 3 - 9 سنوات، واتضح أن الأطفال الذين يتأثرون أكثر ببرامج العنف تقل استجاباتهم لبرامج الإعلانات والعكس بالعكس.

وفي دراسة إدوين (Edwine, 1991) حول العلاقة بين مشاهد العنف في التليفزيون والنزاعات العدوانية للأطفال التي أجريت على 386زوجاً من المراهقين الأخوة بمنطقة ليستر بجنوب ايرلندا، تبين عدم وجود علاقة بين درجة

القرابة ومشاهدة برامج العنف في التليفزيون على فهم النزاعات العدوانية لدى المراهقين، وأن هناك ارتباطاً قدره 0.48 بين مشاهدة برامج العنف وبين نمو النزاعات العدوانية لدى المراهقين بصرف النظر عن العوامل الوراثية.

وأجرى ليبرلر (Libler, 1991) دراسة حول فاعلية التلفاز كوسيلة أساسية لتعليم العلوم وأجرت الدراسة للطلاب الدارسين عن بعد بجامعة ولاية بول، والتي يعتمد فيها على التليفزيون بشكل أساسي وبلغت العينة 85 طالبا، وتبين أن اتجاهاتهم نحو استخدام التليفزيون كوسيلة تعليمية كانت إيجابية، ولكن أداء الطلاب على اختبارات العلوم كانت أقل من نظائرهم المنتظمين بالمدارس.

وهدفت دراسة عثمان (1992م) إلى التعرف على أهم مشكلات الواقع الاجتماعي من خلال آراء الخبراء المختصين في شتى المجالات، وشكل الواقع المقدم من خلال الدراما التليفزيونية في مرحلة الثمانينيات وبداية التسعينيات والوقوف على شكل الواقع المدرك لدى مشاهدي الدراما. تم تحليل الأعمال الدرامية المذاعة (فيلم – مسلسل – تمثيلية سهرة) خلال الدورة التليفزيونية التي تبدأ من أول أكتوبر وحتى 31 ديسمبر 1990، كما تم مسح لجمهور وسائل الإعلام في ثلاثة أحياء للحضر بمحافظتي القاهرة والجيزة (الزمالك – السيدة زينب – بولاق الدكرور) أجرى لـ 396 أسرة اختيرت عن طريق أسلوب المعاينة على مراحل أجريت الدراسة الميدانية والتحليل الإحصائي توصلت الدراسة إلى أنه حدث اتفاق بين الواقع الدرامي في الثمانينيات وبداية مرحلة التسعينيات بالنسبة للسمات واختلفت لفئة المشكلات، واتفقت إلى حد ما بالنسبة للقيم، يرجع السبب في رؤية الدراما بانتظام لدى العينة الميدانية إلى الاعتياد على المشاهدة، أما السبب الرئيسي في الإحجام عن المشاهدة بانتظام فهو التطويل في الأحداث الدرامية وخلصت الدراسة إلى أن هناك علاقة ارتباطية في ظهور القيم في الدراما من جانب

واعتقاد الفرد في مطابقته للواقع من جانب آخر.

وفى دراسة ميدانية أجريت على تلاميذ المرحلة الابتدائية ومشاهدة البرامج التليفزيونية وما يفضلونه منها أشارت نتائج دراسة صالح (1992م) إلى أن التلاميذ كافة يقضون ثلاث ساعات أو أكثر وأن (33٪) من البنات تقضى فترة تزيد على الثلاث ساعات في المشاهدة وأن (28٪) منهن يشاهدونها أكثر من 4 ساعات يوميا ومن البنين (29٪) يقضون ثلاث ساعات في المشاهدة في حين أن غالبية البنين (59٪) يقضون ما بين ساعتين إلى ثلاث ساعات في المشاهدة. وقد أظهرت الدراسة جانبا يلفت النظر، فبالنسبة للتلاميذ كافة – بغض النظر عن مستوياتهم وصفوفهم – أن 42٪ منهم فقط يشاهدون البرامج التربوية في حين أن (58٪) لا يشاهدونها مطلقا، كما أظهرت النتائج أن البنين لا يشاهدون البرامج التربوية بقدر مشاهدة البنات لها.

وفي دراسة شارون (Sharon, 1993) عن واقع تأثير وسائل الإعلام في الثمانينيات على التلاميذ اتضح أن الأطفال وشباب اليوم يتعاملون مع وسائل الإعلام بجميع أنواعها بدرجة كبيرة، كما أن اتصالهم بمسئوليها يتم بسهولة ويسر، وبينت الدراسة بأن وسائل الإعلام تعد مصدرا أساسيا وهاما للمعلمات في الأمور الاجتماعية المتعددة، وقد أبدت الفتيات عدم رضائهن، عن الصورة التي ينقلها الإعلام عن المرآة.

وفي دراسة ويليم (William, 1993) بعنوان التفاعل مع المواقف التأثيرية والعلاقة بين الأفراد والشخصيات التي تظهر في التليفزيون والأطفال دون مرحلة المراهقة، تركزت الدراسة حول التعرف على اتجاهات الأطفال نحو بعض الشخصيات التي تظهر في المسلسلات التليفزيونية، وقد بينت الدراسة أن تشابه التصنيف الشخصي والشخصية كان أقل من المتوقع، وإن كان بعض الأطفال

يتقمصون الصفات الشخصية للممثلين المفضلين لهم مما يؤكد أهمية انتقاء الشخصيات وما يُراد غرسه من قيم وسلوكيات.

وهدفت دراسة البيومي (1995م) إلى تحديد إسهام التليفزيون في تكوين الوعي الاجتماعي حول مشكلات الجريمة في مصر وقد شملت العينة 400 مفردة من المراهقين في (سن 14 سنة) يمثلون الحضر والريف في أربع محافظات هي: القاهرة، الجيزة، الشرقية، بني سويف، طبقت صحيفة الاستقصاء عليهم في ابريل 1995م. ومن أهم نتائج الدراسة أن التليفزيون المصري يقدم الجريمة بطريقة غير متوازنة، وأن المجرم كما يصوره التليفزيون يكون مدفوعا غالبا بدوافع داخلية، وأن الجريمة دائما تكون مبررة في وعيه. إن دراسة الوعي الاجتماعي الذي يدرسه التليفزيون يمكن أن تكون أعمق إذ استخدمت أدوات جمع بيانات أكثر مرونة وحرية مثل الرسم أو كتابة القصص. و أن المتغيرات الديموغرافية كالسن والمنطقة السكنية وبعض المتغيرات الوسيطة مثل " التمثيل المعرفي" و " الدوافع" و "إدراك واقع التليفزيون" قد تفاعلت لتنتج أثر الغرس لدى المراهقين في مصر.

كما هدفت دراسة علي (1996م) إلى التعرف على أثر الإعلام التليفزيوني على السلوك الاقتصادي والاجتماعي لربة الأسرة، اختيرت عينة قوامها 500 ربة أسرة من سكان مدينة طنطا وقرية تطاي – مركز السنطة، غريبة من الريف والحضر، واستخدم استبيان لقياس مدى تأثير إعلانات التليفزيون على الوعي الاستهلاكي والسلوك لاقتصادي والاجتماعي لربة الأسرة وتأثيرها على قرارات الشراء وأساليب وطرق الترشيد الاستهلاكي والوعي الادخاري، توصلت الدراسة إلى اختلاف السلوك الاقتصادي والاجتماعي تبعا لاختلافات المستويات التعليمية لربات أسر الدراسة، ويختلف تأثير الإعلان التليفزيوني على ربات أسر عينة البحث باختلاف المستويات التعليمية لهن.

وخرجت الدراسة بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في السلوك الاقتصادي والاجتماعي والتأثر بالإعلانات بين ربات أسر عينة البحث بحسب المستويات التعليمية المختلفة لها، و أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية بين ربات الأسر العاملات وغير العاملات حول درجة التأثر بالإعلان التليفزيوني، و أن هناك تأثراً واضحاً بإعلانات التليفزيون ظهر في السلوك الاستهلاكي والادخاري لبعض ربات أسر عينة البحث.

وتدور دراسة محمود (1996م) حول معرفة مدى تطبيق نموذج الحملة الإعلامية بالعناصر المختلفة في كل حملات تنظيم الأسرة في كل من مصر وسوريا وذلك من خلال تحليل مضمون هذه الحملات منذ بدايتها عام 1997م، للتعرف على مدى مراعاتها وتطبيقها للأسس التي تحكم الحملة الإعلامية والخطوات التي يجب أن تمر بها، وقد تم تحليل 120 رسالة موزعة على 103 رسالة في التليفزيون المصري و 17 رسالة في التليفزيون السوري، وتوصلت الدراسة إلى مخاطبة الحملات الإعلامية في مصر لفئات نوعية محددة، بينما تخاطب الحملات في سوريا الجمهور العام، تراعي الحملات الإعلامية في كل من مصر وسوريا بنسبة قليلة العوامل الاجتماعية والنفسية المرتبطة بتنظيم الأسرة، ويغلب على الحملات استخدام المضمون الصحي، وتركز على استخدام الوتر العقلاني في مصر، بينما تركز في سوريا على استخدام الوتر العاطفي، وتعتمد الحملات في التليفزيون المصري على الدراما بينما تستخدم الحملات في سوريا قالب الحديث المباشر.

وهدفت دراسة عوض (1997م) إلى التعرف على أثر تعرض أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة من 9 - 12 سنة لبرامج الأطفال التليفزيونية على السلوك الاجتماعي للأطفال وتكونت العينة من 24 تلميذا وتلميذة وقسمت إلى

مجموعتين إحداهما تجريبية والأخرى ضابطة، وتم التجانس بينهما في النوع والعمر والذكاء والمستوى الاجتماعي، والاقتصادي، والثقافي للأسرة، استخدم اختبار عين شمس للذكاء الابتدائي ومقياس السلوك الاجتماعي للتلاميذ من 9 - 12 سنة ومجموعة من برامج الأطفال التليفزيونية وهي: أجمل الزهور ومسلسل بوجي وطمطم وحدوتة، توصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات عينة المجموعة التجريبية ودرجات عينة المجموعة الضابطة بالنسبة لملاحظة كل من أولياء الأمور والمدرسين على مقياس السلوك الاجتماعي المستخدم في الدراسة من حيث قيمة التعاون وقيمة الصدق وقيمة الأمانة، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الذكور والإناث في المجموعة التجريبية والضابطة على مقياس السلوك الاجتماعي المستخدم في الدراسة من حيث القيم الثلاث: التعاون والصدق والأمانة.

واستهدفت دراسة قبلان (1998م) معرفة أثر معدل ومضمون التعرض للتليفزيون على معدل ومضمون التفاعل الاجتماعي في إطار العلاقات الاجتماعية الأولية، أثناء التعرض المشترك للتليفزيون وأثناء المكالمات الهاتفية وأثناء الزيارات الاجتماعية، والتي تحدث في وقت الفراغ لمن هم في سن العشرين من المصريين، استخدمت الدراسة استمارة الاستقصاء بالمقابلة، وكانت عينة البحث 300 مفردة من سكان القاهرة الكبرى، توصلت الدراسة إلى أن التعرض للتليفزيون قليل التأثير على التفاعل الاجتماعي لدى المصريين.

وتناولت دراسة شقير (1999م) تأثير التعرض للدراما الأجنبية في التليفزيون على إدراك الشباب اللبناني للواقع الاجتماعي فيما يتصل بمفهومي العنف والإدمان وقد استخدمت الدراسة إطارا نظريا متمثلا في نظرية الغرس الثقافي وتحليل مضمون لـ 125 ساعة من الدراما الأمريكية والبريطانية والمكسيكية

المذاعة في القنوات اللبنانية الحكومية والخاصة، وقد اعتمدت الدراسة على نتائج تحليل المضمون في صياغة أسئلة الاستبيان الذي طبق على 400 مفردة من الشباب اللبناني من كافة المحافظات وانتهت الدراسة الميدانية إلى أن الأفلام والمسلسلات الأجنبية تحتل المرتبة الأولى من حيث المواد التي يفضل الشباب مشاهدتها ووجد 62.5٪ من مفردات العينة أن الولايات المتحدة هي أكثر المجتمعات عنفا، ووجد 40.5٪ أن المكسيك أقل المجتمعات عنفا، وأن هناك علاقة بين حجم التعرض للتليفزيون وبين إدراك الشباب اللبناني للواقع الاجتماعي وذلك فيما يتصل بقضيتي العنف والإدمان.

كما تناولت دراسة محمد (2000م) العلاقة بين التعرض للدراما العربية التليفزيونية التي تناولت الأسرة المصرية بمستوياته المختلفة (كثيف – متوسط – ضعيف)، وإدراك الجمهور العام بالواقع الاجتماعي للأسرة المصرية بما يشابه ما يعرضه التليفزيون وتأثير المتغيرات الوسيطة مثل: المشاهد النشطة للدراما التليفزيونية، دوافع المشاهدة (النفعية والطقوسية) وإدراك واقعية المضمون الدرامي المقدم والمستوى الاقتصادي والاجتماعي للفرد بالإضافة إلى السن والنوع واستندت الدراسة إلى نظرية الغرس الثقافي. ومن خلال الدارسة التحليلية على عينة من مسلسلات وتمثيليات التي تتناول الأسرة والتي قدمتها القناة الأولى وكذلك اختبار عدد من الفروض من خلال الدراسة المسحية على عينة من جمهور القاهرة الكبرى (195فردا) تتراوح أعمارهم م 15 – 75 سنة، توصلت الدراسة إلى عدم وجود علاقة بين كثافة مشاهدة الدراما التليفزيونية وإدراك الجمهور للواقع الاجتماعي للأسرة المصرية، و أن هناك أربع دوافع أساسية لمشاهدة الدراما التليفزيونية وهي التعلم، التعود، التسلية، والتفاعل مع الآخرين.

وناقشت دراسة بوب (Bob, 2000) البرامج المقدمة على شاشة التلفزيون العام

وخاصة الشهرة التي يحظى بها برنامج "Sesame Street" كما قارنت الدراسة العروض الأخرى المقدمة على شاشة التلفزيون من عام 1970 حتى عام 1988. وبينت نتائج الدراسة أهمية وقيمة برنامج "Sesame Street" في تشكيل شخصية الأطفال.

وهدفت دراسة درويش (2001م) إلى التعرف على دور المسلسلات العربية في إدراك الشباب لبعض المشكلات الاجتماعية، وهو ما ينصب في دراسات الأثر، التي يعد لغرس أحد الأطر النظرية لها والعمليات السيكولوجية التي تفسر حدوث تأثيرات الغرس من خلال سهولة استدعاء المعلومات من الذاكرة (موجة الإتاحة) توصلت الدراسة إلى أن مشاهدة المسلسلات تلعب دورا هاما في إدراك الشباب المشكلات الاجتماعية.

وأكدت دراسة (Berry, 2003) على أهمية التلفزيون بوصفه وسيلة إعلامية للتدريس والتعلم في مراحل النمو المختلفة للطفل وذلك على عينة مكونة من 125طفلا وطفلة بأريزونا، واكتشفت الدراسة كيف أن نظريات التعلم الاجتماعية والبرامج عبر الثقافية التي يعرضها التلفزيون، يمكن أن تؤثر على تعدد الاتجاهات الثقافية والقيم والمعتقدات الخاصة بالطفل.

وهدفت دراسة جريمز وآخرين (Grimes & Others, 2004) إلى بحث تأثير مشاهدة الأطفال (327 طفلا وطفلة بأيرلندا) لبرامج العنف التلفزيونية على تفاقم الأمراض النفسية لديهم، لما لهذه البرامج من تأثيرات سلبية حيث تعمل على تغيير معدلات ضربات القلب وغيرها من الأعراض التي تؤدي إلى العديد من الأمراض النفسية، وأكدت نتائج الدراسة على أن عدم التعرض لمثل هذه البرامج يؤدي إلى تقليل الأعراض المرتبطة بالأمراض النفسية.

التعقيب على الدراسات السابقة:

يتضح من خلال ما تم استعراضه من دراسات سابقة مرتبطة بموضوع الدراسة؛ أن معظم هذه الدراسات تتناول الشباب مثل دراسة محمد (2000م) ودراسة شقير (1999م) ودراسة درويش (2001م) والقليل منها يهتم بمرحلة الطفولة مع أهميتها في تكوين شخصية الطفل في المراحل التالية، كما يلاحظ أيضا أن كل هذه الدراسات تمت على عينات من الأطفال بدول مختلفة ولم تكن هناك دراسة واحدة اهتمت بالأطفال في دولة الكويت، كما أظهرت نتائج هذه الدراسات مدى شغف الأطفال والكبار والشباب بمشاهدة برامج التلفزيون بصفة عامة، والبرامج التربوية بصفة خاصة، والتي كان نصيب المشاهدة منها قليلاً كما أن مستوى تحصيل التلاميذ الذين يعتمدون على هذه البرامج التربوية كان أقل من مستوى التلاميذ المنتظمين في الدراسة كما في دراسة ليبرلر (Libler, 1991) ودراسة صالح (1992م)، وإن دل هذا على شيء فإنه يدل على عدم جودة مثل هذه البرامج التربوية كما أنها لم تصل لنفس درجة البرامج التلفزيونية الموجهة للأفراد والأطفال من حيث اللغة والأسلوب وعوامل الجذب التي تقدم بها وبخاصة برامج الأطفال وعلى الرغم من اهتمام العديد من الدراسات بكثير من المتغيرات المجتمعية مثل إدراك الواقع الاجتماعي أو المشكلات الاجتماعية إلا أنه لم تكن هناك دراسة واحدة اهتمت ببحث العلاقة بين مشاهدة التلفزيون بصفة عامة، والبرامج الفضائية بصفة خاصة وبين المهارات الاجتماعية عند الأطفال من كل ما سبق اتضح أهمية الدراسة الحالية في محاولة الكشف عن العلاقة بين نوعية البرامج الفضائية التي يشاهدها الأطفال وبين المهارات الاجتماعية لهؤلاء الأطفال، كما تحاول الدراسة التعرف على العلاقة بين عدد ساعات مشاهدة هذه البرامج الفضائية وبين المهارات الاجتماعية لهؤلاء الأطفال

وذلك من خلال التحقق من فرضيتي الدراسة التاليتين.

فروض الدراسة:

في ضوء العرض النظري لأدبيات الدراسة من إطار نظري ودراسات سابقة، فإنه يمكن صياغة فروض الدراسة على النحو التالي:

الفرض الأول:

تختلف المهارات الاجتماعية للأطفال باختلاف عدد ساعات مشاهدة البرامج الفضائية في اليوم.

الفرض الثاني:

تختلف المهارات الاجتماعية للأطفال باختلاف نوع البرامج الفضائية التي يشاهدها الأطفال في اليوم.

إجراءات الدراسة:

1- **منهج الدراسة:**

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي وهو طريقة يعتمد عليها الباحث في الحصول على معلومات دقيقة تصور الواقع الاجتماعي وتسهم في تحليل ظواهره.

2- **عينة الدراسة:**

تكونت عينة الدراسة من 200 طفل وطفلة ممن تتراوح أعمارهم بين 5- 12 سنة بدولة الكويت بمدارس: الرقة والواحة وأم براء والجهراء.

3- **أدوات الدراسة:**

استخدم الباحث في جمع بيانات الدراسة والإجابة عن أسئلتها الأدوات التالية:

1- استبانة برامج الأطفال التلفزيونية التي يشاهدها الأطفال.

وهي تتكون من 146 عبارة تشمل كل عبارة برنامج معين من البرامج التي تعرضها الفضائيات العربية، ويطلب من التلميذ تحديد نوع البرامج التي يفضل مشاهدتها بوضع علامة أمام أحد شكلين يعبر أحدهما عن مشاهدة الطفل للبرنامج (نعم) والشكل الآخر يعبر عند عدم مشاهدة الطفل للبرنامج (لا).

وقد تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين بدولة الكويت والذين بلغ عددهم (5) محكمين للتعرف على مدى ملاءمة الاستبانة لموضوع البحث، وقد اتفق المحكمون على ملاءمة الاستبانة لموضوع الدراسة حيث تراوحت نسب اتفاقهم بين 88٪ إلى 100٪.

كما قام الباحث بتقدير صدق الاستبانة عن طريق تطبيقها على عينة استطلاعية من الأطفال بدولة الكويت بلغ عددهم 100 طفل وطفلة وأظهرت النتائج تمتع الاستبانة بدرجة ثبات عالية حيث بلغت قيمة الثبات بالتجزئة النصفية بطريقة سبيرمان براون 0.89 وبطريقة جيتمان 0.88 وبطريقة ألفا لكرونباخ 0.91.

2- مقياس المهارات الاجتماعية: إعداد السمادوني وتعديل الجمعة (1996م)

يتكون المقياس من (105) عبارات موزعة على ستة مقاييس فرعية (15 عبارة لكل مقياس فرعي) تقيس مهارات التواصل الاجتماعي في مستويين هما المستوى الانفعالي والمستوى الاجتماعي ويقاس من خلالهما كل من التعبير والحساسية والضبط حيث يدل التعبير على المهارة التي يصل بها الأفراد معا، أما الحساسية فتعبر عن المهارة التي تؤول بها صيغ التواصل مع الآخرين، ويدل الضبط على المهارة التي بها يصبح الأفراد قادرين على تنظيم عملية التواصل في المواقف

الاجتماعية المختلفة.

وعبارات المقياس من نوع ليكرت Likert خماسي والتي تتطلب الإجابة عليه الاختيار من خمسة بدائل تتراوح من لا تنطبق علي إطلاقا إلى تنطبق علي تماما والتي تأخذ الدرجات 1 حتى 5 على الترتيب في حالة العبارات الموجبة والعكس في حالة العبارات السالبة، وقد قام السمادوني (1991م) بتعريب هذا المقياس وتقنينه في البيئة المصرية.

وقامت الجمعة (1996م) بتعديل بعض عبارات مقياس المهارات الاجتماعية بما يتناسب مع البيئة السعودية.

وتم التحقق من ثبات الصورة المعدلة بعدة طرق منها الثبات بطريقة التجزئة النصفية: حيث تراوحت قيم معاملات الثبات بين 0.69 و 0.86 بالنسبة لمعاملات الثبات بطريقة سبيرمان – براون، كما كانت معاملات الثبات بطريقة جيتمان 0.74 للحساسية الانفعالية، 0.85 للتعبير الاجتماعي كما تم التحقق من ثبات مقياس المهارات الاجتماعية عن طريق إعادة تطبيق الاختبار وتبين أن قيم معاملات الثبات قد تراوحت بين 0.71 و0.89.

كما تم حساب معاملات الارتباط بين الأبعاد الفرعية لمقياس المهارات الاجتماعية والدرجة الكلية، وتبين أن قيم معاملات الارتباط جميعها دالة إحصائيا عند مستوى 0.01 وهذا يدل على أن المقياس على درجة مناسبة من الصدق.

وفي الدراسة الحالية تراوحت قيم معاملات الثبات بين 0.70 و0.84 بالنسبة لمعاملات الثبات بطريقة سبيرمان – براون ، كما تراوحت معاملات الثبات بطريقة جتمان بين 0.73 و0.86.

كما تم حساب معاملات الارتباط بين الأبعاد الفرعية لمقياس المهارات الاجتماعية (التعبير الانفعالي، الحساسية الانفعالية، الضبط الانفعالي، التعبير الاجتماعي، الحساسية الاجتماعية والضبط الاجتماعي) والدرجة الكلية وتبين أن قيم معاملات الارتباط جميعها دالة إحصائيا عند مستوى 0.01 وهذا يدل على أن المقياس على درجة مناسبة من الصدق.

4- الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

اعتمدت الدراسة الحالية على أسلوب تحليل التباين أحادي الاتجاه One way Analysis of Variance واختبار شيفيه للمقارنات المتعددة Multiple Comparison.

4- خطوات السير في الدراسة:

للإجابة عن تساؤلات الدراسة قام الباحث بالخطوات التالية:

1- مراجعة الأدبيات المرتبطة بموضوع الدراسة من دراسات سابقة وإطار نظري.

2- إعداد أدوات الدراسة والتأكد من صدقها وثباتها على عينة الدراسة.

3- تطبيق أدوات الدراسة على مجموعة من الأطفال والذين بلغ عددهم (210) أطفال (ذكور – إناث) بدولة الكويت، وقد تم استبعاد الأطفال الذين ليس لديهم أطباق فضائية والذين بلغ عددهم (10) أطفال ليصل حجم العينة النهائي إلى (200) طفل وطفلة. كما استعان الباحث بالمعلمين في تطبيق مقياس المهارات الاجتماعية.

4- جمع بيانات الدراسة وتصنيفها في ضوء متغيرات الدراسة وهي:

أ- عدد ساعات مشاهدة التلفزيون: والتي تم تصنيفها من خلال إجابات التلاميذ في الفئات التالية:

الفئة الأولى: أقل من ساعة في اليوم والذين بلغ عددهم 20 طفلا وطفلة.

الفئة الثانية: من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات في اليوم والذين بلغ عددهم 80 طفلا وطفلة

الفئة الثالثة: من ثلاث ساعات إلى أقل من خمس ساعات في اليوم والذين بلغ عددهم 70 طفلا وطفلة.

الفئة الرابعة: أكثر من خمس ساعات في اليوم. والذين بلغ عددهم 30 طفلا وطفلة ويلخص الجدول التالي نتائج ذلك.

جدول (1)

عدد ساعات مشاهدة الأطفال للبرامج الفضائية في اليوم

الفئة	عدد الأطفال	النسبة المئوية
أقل من ساعة في اليوم	20	٪10
من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات في اليوم	80	٪40
من ثلاث ساعات إلى أقل من خمس ساعات في اليوم	70	٪35
ثلاث ساعات إلى أقل من خمس ساعات في اليوم	30	٪15
المجموع	200	٪100

ب. نوع البرامج الفضائية: والتي تم تصنيفها إلى ما يلي:

- برامج فكاهية مثل برنامج توم وجيري
- برامج تربوية مثل برنامج الأغاني التعليمية للأطفال
- برامج موسيقية مثل برنامج أغاني الأطفال
- برامج المغامرات مثل برنامج زورو.
- برامج رياضية مثل برنامج كابتن ماجد.
- برامج دينية مثل برنامج قصص الأنبياء.
- برامج علمية (ثقافية) مثل برنامج الاسكيمو في بحر الكاريبي.

نتائج الدراسة:

للإجابة عن تساؤلات الدراسة والتحقق من فروضها استخدمت الدراسة تحليل التباين أحادي الاتجاه واختبار شيفيه على النحو التالي:

أولاً: بالنسبة للفرض الأول للدراسة الذي ينص على: "تختلف المهارات الاجتماعية للأطفال باختلاف عدد ساعات مشاهدة البرامج الفضائية في اليوم". يوضح الجدول التالي نتائج تحليل التباين للفروق في المهارات الاجتماعية والتي ترجع إلى اختلاف عدد ساعات مشاهدة البرامج الفضائية في اليوم.

جدول (2)

نتائج تحليل التباين لدلالة الفروق في المهارات الاجتماعية

والتي ترجع إلى اختلاف عدد ساعات مشاهدة البرامج الفضائية في اليوم

المهارة	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"
التعبير الانفعالي	بين المجموعات	6.968	3	2.32	1.54
	داخل المجموعات	295.552	196	1.51	
	المجموع	302.521	199		
الحساسية الانفعالية	بين المجموعات	3.948	3	1.32	2.36
	داخل المجموعات	109.125	196	0.557	
	المجموع	113.073	199		
الضبط الانفعالي	بين المجموعات	22.867	3	7.622	*3.05
	داخل المجموعات	489.133	196	2.496	
	المجموع	512.000	199		
التعبير الاجتماعي	بين المجموعات	6.120	3	2.04	1.2
	داخل المجموعات	333.764	196	1.70	
	المجموع	339.884	199		
الحساسية الاجتماعية	بين المجموعات	7.457	3	2.49	1.41
	داخل المجموعات	346.502	196	1.767	
	المجموع	353.959	199		
الضبط الاجتماعي	بين المجموعات	47.159	3	15.72	*4.50
	داخل المجموعات	684.368	196	3.49	
	المجموع	731.527	199		
الدرجة الكلية	بين المجموعات	171.064	3	57.02	2.04
	داخل المجموعات	5474.771	196	27.93	
	المجموع	5645.835	199		

❖ دالة عند مستوى دلالة 0.05

يتضح من الجدول السابق عدم اختلاف المهارات الاجتماعية بالنسبة للأبعاد: التعبير الانفعالي والحساسية الانفعالية والتعبير الاجتماعي والحساسية الاجتماعية والدرجة الكلية للمهارات الاجتماعية بينما اختلف الضبط الانفعالي والضبط الاجتماعي باختلاف عدد ساعات مشاهدة القنوات الفضائية، وللتعرف على اتجاه هذه الفروق في هذين البعدين تم استخدام اختبار شيفيه على النحو التالي:

أولا: بالنسبة للضبط الانفعالي يوضح الجدول التالي نتائج اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة في بعد الضبط الانفعالي.

جدول (3)

نتائج اختبار شيفيه للفروق في مهارة الضبط الانفعالي

والتي ترجع إلى اختلاف عدد ساعات مشاهدة القنوات الفضائية في اليوم

(I)عدد الساعات	(J)عدد الساعات	Mean Difference (I-J)	Sig.
أقل من ساعة (م=58.72)	من ساعة إلى اقل من 3 ساعات (م=45.13)	13.41	0.146
	من 3ساعات إلى أقل من 5 ساعات (م=43.11)	15.61	051.
	أكثر من 5 ساعات (م=40.21)	19.78	0.029
من ساعة إلى أقل من 3 ساعات (م=45.13)	من 3 ساعات إلى أقل من 5 ساعات (م=43.11)	11.90	0.170
	أكثر من 5 ساعات (م=40.21)	16.37	0.030
من 3 ساعات إلى أقل من 5 ساعات (م=43.11)	أكثر من 5 ساعات (م=40.21)	15.53	0.023

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

1- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأطفال الذين يشاهدون القنوات الفضائية أقل من ساعة وبين الأطفال الذين يشاهدون القنوات الفضائية من ثلاث ساعات إلى أقل من خمس ساعات لصالح الأطفال الذين يشاهدون القنوات الفضائية أقل من ساعة والذين بلغ متوسط درجاتهم 58.72، وهو أعلى من متوسط درجات الأطفال الذين يشاهدون البرامج الفضائية من (3) ثلاث ساعات إلى أقل من (5) خمس ساعات والذين بلغ متوسط درجاتهم 43.11.

2- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأطفال الذين يشاهدون البرامج الفضائية أقل من ساعة وبين الأطفال الذين يشاهدون القنوات الفضائية أكثر من خمس ساعات لصالح الأطفال الذين يشاهدون القنوات الفضائية أقل من ساعة والذين بلغ متوسط درجاتهم 58.72 وهو أعلى من متوسط درجات الأطفال الذين يشاهدون البرامج الفضائية أكثر من (5) خمس ساعات والذين بلغ متوسط درجاتهم 40.21.

3- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأطفال الذين يشاهدون القنوات الفضائية من ساعة إلى أقل من (3) ثلاث ساعات وبين الأطفال الذين يشاهدون القنوات الفضائية أكثر من (5) خمس ساعات لصالح الأطفال الذين يشاهدون القنوات الفضائية من ساعة إلى أقل من (3) ثلاث ساعات والذين بلغ متوسط درجاتهم 45.13، وهو أعلى من متوسط درجات الأطفال الذين يشاهدون البرامج الفضائية أكثر من (5) خمس ساعات والذين بلغ متوسط درجاتهم 40.21.

4- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأطفال الذين يشاهدون القنوات الفضائية من (3) ثلاث ساعات إلى أقل من (5) خمس ساعات وبين الأطفال الذين

يشاهدون القنوات الفضائية أكثر من (5) خمس ساعات لصالح الأطفال الذين يشاهدون القنوات الفضائية من (3) ثلاث ساعات إلى أقل من (5) خمس ساعات والذين بلغ متوسط درجاتهم 41.97، وهو أعلى من متوسط درجات الأطفال الذين يشاهدون البرامج الفضائية أكثر من (5) خمس ساعات.

ثانيا: بالنسبة للضبط الاجتماعي. ويوضح الجدول التالي نتائج اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة في بعد الضبط الاجتماعي.

جدول (4)

نتائج اختبار شيفيه للفروق في مهارة الضبط الاجتماعي

والتي ترجع إلى اختلاف عدد ساعات مشاهدة القنوات الفضائية في اليوم

(I)عدد الساعات	(J)عدد الساعات	Mean Difference (I-J)	Sig.
أقل من ساعة (م=55.12)	من ساعة إلى اقل من3ساعات (م=42.23)	11.31	0.246
	من 3 ساعات إلى أقل من 5 ساعات (م=40.71)	91.17	0.049
	أكثر من 5 ساعات (م= 39.11)	29.09	0.031
من ساعة إلى أقل من 3ساعات(م= 42.23)	من 3 ساعات إلى أقل من 5 ساعات (م=40.71)	10.11	0.181
	اكثر من 5 ساعات (م=39.11)	19.45	0.014
من 3 ساعات إلى أقل من 5 ساعات (م=40.71)	أكثر من 5 ساعات (م=39.11)	18.98	0.013

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

1- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأطفال الذين يشاهدون القنوات الفضائية أقل من ساعة وبين الأطفال الذين يشاهدون القنوات الفضائية من (3) ثلاث ساعات إلى أقل من (5) خمس ساعات، لصالح الأطفال الذين يشاهدون القنوات الفضائية أقل من ساعة والذين بلغ متوسط درجاتهم 55.12، وهو أعلى من متوسط درجات الأطفال الذين يشاهدون البرامج الفضائية من (3) ثلاث ساعات إلى أقل من (5) خمس ساعات والذين بلغ متوسط درجاتهم 40.71.

2- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأطفال الذين يشاهدون البرامج الفضائية أقل من ساعة وبين الأطفال الذين يشاهدون القنوات الفضائية أكثر من (5) خمس ساعات، لصالح الأطفال الذين يشاهدون القنوات الفضائية أقل من ساعة والذين بلغ متوسط درجاتهم 55.12، وهو أعلى من متوسط درجات الأطفال الذين يشاهدون البرامج الفضائية أكثر من (5) خمس ساعات والذين بلغ متوسط درجاتهم 39.11.

3- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأطفال الذين يشاهدون القنوات الفضائية من ساعة إلى أقل من (3) ثلاث ساعات وبين الأطفال الذين يشاهدون القنوات الفضائية أكثر من (5) خمس ساعات، لصالح الأطفال الذين يشاهدون القنوات الفضائية من ساعة إلى أقل من (3) ثلاث ساعات والذين بلغ متوسط درجاتهم 42.23، وهو أعلى من متوسط درجات الأطفال الذين يشاهدون البرامج الفضائية أكثر من (5) خمس ساعات والذين بلغ متوسط درجاتهم 39.11.

4- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأطفال الذين يشاهدون القنوات الفضائية من 3 ساعات إلى أقل من (5) خمس ساعات وبين الأطفال الذين

يشاهدون القنوات الفضائية أكثر من (5) خمس ساعات، لصالح الأطفال الذين يشاهدون القنوات الفضائية من (3) ثلاث ساعات إلى أقل من (5) خمس ساعات والذين بلغ متوسط درجاتهم 40.71، وهو أعلى من متوسط درجات الأطفال الذين يشاهدون البرامج الفضائية أكثر من (5) خمس ساعات والذين بلغ متوسط درجاتهم 39.11.

ثانيا: بالنسبة للفرض الثاني للدراسة والذي ينص على: تختلف المهارات الاجتماعية للأطفال باختلاف نوع البرامج الفضائية التي يشاهدها الأطفال. يوضح الجدول التالي نتائج تحليل التباين للفروق في المهارات الاجتماعية والتي ترجع إلى اختلاف نوع البرامج الفضائية التي يشاهدها الأطفال.

جدول (5)

نتائج تحليل التباين لدلالة الفروق في المهارات الاجتماعية

والتي ترجع إلى اختلاف نوع البرامج الفضائية التي يشاهدها الأطفال

المهارة		مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"
التعبير الانفعالي	بين المجموعات	4.666	6	0.778	0.107
	داخل المجموعات	1407.854	193	2.927	
	المجموع	1412.521	199		
الحساسية الانفعالية	بين المجموعات	0.538	6	0.091	0.016
	داخل المجموعات	1113.534	193	5.770	
	المجموع	1114.072	199		
الضبط الانفعالي	بين المجموعات	1.103	6	0.184	0.032
	داخل المجموعات	1110.897	193	5.756	
	المجموع	1112.000	199		
التعبير الاجتماعي	بين المجموعات	0.832	6	0.139	0.027
	داخل المجموعات	1009.053	193	5.228	
	المجموع	1009.884	199		
الحساسية الاجتماعية	بين المجموعات	3.166	6	0.528	0.096
	داخل المجموعات	1060.793	193	5.496	
	المجموع	1063.959	199		
الصبط الاجتماعي	بين المجموعات	13.871	6	2.312	0.201
	داخل المجموعات	2217.656	193	11.490	
	المجموع	2231.527	199		
الدرجة الكلية	بين المجموعات	67.537	6	11.226	0.104
	داخل المجموعات	20778.298	193	107.660	
	المجموع	20845.835	199		

يتضح من الجدول السابق عدم اختلاف المهارات الاجتماعية بالنسبة للأبعاد: التعبير الانفعالي والحساسية الانفعالية والضبط الانفعالي والتعبير الاجتماعي والحساسية الاجتماعية والضبط الاجتماعي والدرجة الكلية للمهارات الاجتماعية باختلاف نوع البرامج الفضائية التي يشاهده الأطفال.

مناقشة وتفسير نتائج الدراسة:

لقد هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على العلاقة بين عدد ساعات مشاهدة البرامج الفضائية في اليوم وبين المهارات الاجتماعية للأطفال، كما هدفت إلى التعرف على العلاقة بين نوع البرامج الفضائية التي يشاهدها الأطفال وبين المهارات الاجتماعية لهم، وخلصت نتائج الدراسة إلى ما يلي:

1- 10٪ من عينة الدراسة يشاهدون البرامج الفضائية أقل من ساعة في اليوم، و40٪ يشاهدون البرامج الفضائية من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات في اليوم، 35٪ يشاهدون البرامج الفضائية من ثلاث ساعات إلى أقل من خمس ساعات في اليوم ، بينما 15٪ من عينة الدراسة يشاهدون البرامج الفضائية أكثر من خمس ساعات في اليوم. وهذا يعني مدى تشويق وجذب هذه البرامج الفضائية للأطفال في هذه المرحلة العمرية والذين تجذبهم الألوان الباهرة والحركات المثيرة والصوت والصورة إلى الاهتمام بمثل هذه البرامج والانجذاب لها، وهو ما لم يجده مثل هؤلاء الأطفال في البرامج التعليمية والكتب المدرسية أو في الفصل الدراسي.

2- عدم اختلاف المهارات الاجتماعية بالنسبة للأبعاد: التعبير الانفعالي والحساسية الانفعالية والتعبير الاجتماعي والحساسية الاجتماعية والدرجة الكلية للمهارات الاجتماعية، بينما اختلف الضبط الانفعالي والضبط

الاجتماعي باختلاف عدد ساعات مشاهدة القنوات الفضائية، لصالح الأطفال الذين يشاهدون القنوات الفضائية بصورة أقل، وقد ترجع مثل هذه النتيجة إلى طبيعة ما يتم عرضه في هذه البرامج الفضائية والتي يغلب عليها كثرة الانفعالات وشدتها، وبصفة خاصة تلك التي تتميز بالعنف والمغامرة، ومن ثم فإن الأطفال يكتسبون ويتعلمون مثل هذه الانفعالات ويقلدونها، هذا بالنسبة لبعدي الضبط الاجتماعي والضبط الانفعالي، في حين أن بقية الأبعاد تكون غير ملحوظة ومن الصعب أن يدركها الأطفال أو يفهمونها في هذه المرحلة.

3- عدم اختلاف المهارات الاجتماعية بالنسبة للأبعاد: التعبير الانفعالي والحساسية الانفعالية والضبط الانفعالي والتعبير الاجتماعي والحساسية الاجتماعية والضبط الاجتماعي والدرجة الكلية للمهارات الاجتماعية باختلاف نوع البرامج الفضائية التي يشاهده الأطفال. وهذا يرجع أيضا إلى طبيعة البرامج الفضائية وتشابهها في أسلوب العرض الذي يغلب عليه طابع التشويق والتشابه بين هذه البرامج في الأسس التي تقوم عليها، حتى البرامج الدينية والبرامج الرياضية تقترب كثيرا في أسلوب عرضها من البرامج الأخرى سواء كانت مغامرات أو ترفيهاً.

التوصيات والبحوث المقترحة:

في ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج فإنه يمكن تقديم مجموعة التوصيات والبحوث المقترحة التالية:

1. ضرورة الاهتمام بمحتوى برامج الأطفال بحيث تسهم في تنمية مهاراتهم الاجتماعية.

2. توعية الأسر بالآثار السلبية لبعض البرامج التي تعرضها القنوات الفضائية

وكيفية التغلب عليها عن طريق عمل دورات تدريبية لهم.

3.ضرورة التأكيد على الدور التوجيهي للوالدين فيما يشاهده الأطفال من برامج تبثها القنوات الفضائية.

4.عمل دراسات دورية لتقييم برامج الأطفال بصفة عامة وبرامج الأطفال التي تبثها الفضائيات نظرا للتطور والتغيير السريع لمثل هذه البرامج فكل يوم وكل ساعة هناك الجديد من البرامج والقنوات الفضائية.

5.عمل دراسة للتعرف العلاقة بين مشاهدة البرامج الفضائية وبين السلوك الانسحابي للأطفال.

6.عمل دراسات للتعرف على العلاقة بين مشاهدة البرامج الفضائية وبين مفهوم الذات.

7.عمل دراسات للتعرف على العلاقة بين مشاهدة البرامج الفضائية وبين سمات الشخصية عند الأطفال.

8.بحث العلاقة بين نوعية البرامج الفضائية التي يشاهدها الأطفال وبين مستوى تفكيرهم الخلقي.

9.بحث تأثير القنوات الفضائية للأطفال على تنمية تفكيرهم الابتكاري.

10. بحث تأثير القنوات الفضائية للأطفال على تنمية تفكيرهم الناقد.

الفصل الثالث

التجارة الالكترونية العربية

الفصل الثالث

التجارة الالكترونية العربية

أولا"/- التجارة الالكترونية... المفهوم والاهمية

تعد التجارة الالكترونية أحد ثمار الثوره المعلوماتية التي يشهدها العالم اليوم كما تمثل واحدا" من موضوعي مايعرف بالاقتصاد الرقمي (Digital Economy) حيث يقوم الاقتصاد الرقمي على حقيقتيين التجارة الالكترونية (Electronic Commerce) وتقنية المعلومات (Information Techinology (IT والتي باتت تؤثر بلا شك على مختلف الانشطة الاقتصادية،نظرا" لما تمثله من أستثمار في الطاقات الذهنية والقدرات الفكرية للعنصر البشري وقد تعددت وجهات نظر الباحثين الذين تناولوا مفهوم التجارة الالكترونية، فمنهم من يرى أنها عمليات بيع وشراء مابين المستهلكين والمنتجين أو بين الشركات بأستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

كما يرى البعض أنها عمليات أستخدام الشبكة الالكترونية في المجال التجاري والتي تتيح للمستهلك أن يعقد العديد من صفقات البيع والشراء بأسلوب سريع وسهل.

وتعرفها منظمة التجارة العالمية بأنها مجموعة متكاملة من عمليات عقد الصفقات وتأسيس الروابط التجارية وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات عبر شبكة الانترنيت. كما أشار البعض بأن التجارة الالكترونية تطلق على مجمل الخدمات التجارية التي تعتمد على الوسائل الالكترونية كالتبادل الالكتروني للبيانات والتحويلات الالكترونية للاموال والبريد الالكتروني والنشرات الالكترونية وغيرها من الخدمات التي تتعامل بها المؤسسات والشركات.

ومن وجهة نظر عالم الاتصالات فأنها وسيلة من أجل أيصال المعلومات أو الخدمات أو المنتجات عبرالوسائل التقنية الحديثة، أما من وجهة نظر الاعمال التجارية فهي عملية تطبيق التقنية من أجل جعل المعاملات التجارية تجري بصورة تلقائية وسريعة.

وعلى ضوء ما سبق،يرى الباحث بأن التجارة الالكترونية هي نوع من التعامل التجاري يتضمن شراء وبيع السلع والخدمات وتبادل البيانات والمعلومات والخبرات عبر الوسائل الالكترونية المتقدمة بين الاطراف المعنية حيث أن حركات البيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات تتيح الدعم وتوليد العوائد من خلال عمليات تعزيز الطلب على تلك السلع والخدمات، أي أن التجارة الالكترونية تتيح عمليات دعم المبيعات وخدمة العملاء. ويمكن تشبيه التجارة الالكترونية بسوق الكتروني يتواصل فيه البائعون (موردون أو شركات والوسطاء- السماسرة- والمشترون) وتقدم فيه المنتجات عبر شبكة الانترنيت فالمشاركين في الاسواق الالكترونية من باعه ومشترين وسماسرة ليسوا فقط في أماكن مختلفة بل نادرا" ما يعرفون البضائع والخدمات عبر الانترنيت وأجراء البيع بالوصف عبر مواقع الشبكة العالمية مع أجراء بعضهم البعض. وفي الواقع التطبيقي فأن التجارة الالكترونية تتخذ أنماط عديدة كعرض عمليات الدفع النقدي بالبطاقات المالية أو بغيرها من وسائل الدفع، وأنشاء متاجر أفتراضية أو محال بيع على الانترنيت والقيام بأنشطة التزويد والتوزيع والوكالة التجارية عبر الانترنيت وممارسة الخدمات المالية وخدمات النقل والشحن وغيرها عبر الانترنيت.

وتنقسم تطبيقات التجارة الالكترونية الى ثلاثة أجزاء:-

1- شراء وبيع المنتجات والخدمات وهو ما يسمى بالسوق الالكتروني.

2- تسهيل وتيسيرتدفق المعلومات والاتصالات والتعاون مابين الشركات وما بين الاجزاء المختلفة لشركة واحدة.

3- توفير خدمة الزبائن.

وعادة ما يتم التبادل التجاري الالكتروني بين ثلاثة أطراف هي الافراد وقطاع الاعمال(مؤسسه أوشركات) بمختلف أنواعها وأحجامها والاجهزة الحكومية.

أما التعامل ما بين هذه الاطراف فيما يأتي تقسيمه الى أربعة أنواع رئيسيه وهي:

1- تجارة الكترونية من الشركات الى الافراد (Business – Consumer) ويشار اليها أختصارا" بالرمز B2C

2- تجارة الكترونية من الشركات الى الشركات (Business – Business) ويشار اليها أختصارا" بالرمز B2B

3- تجارة الكترونية بين القطاعات الحكومية والافراد (Consumer to Government).

4- تجارة الكترونية بين القطاعات الحكومية والشركات (Business to Covernment .

وتعتبر العلاقات التجارية بين قطاع الاعمال والافراد وبين مؤسسات الاعمال فيما بينها، أكثر الاطراف تعاملا" بالتجارة الالكترونية ويتوقع التعامل التجاري الكترونيا" مابين الاطراف الاخرى سيزداد في المستقبل هذا ويمكن التميز بين

التجارة الالكترونية البحته والتجارة الالكترونية الجزئية أعتمادا" على درجة تقنية المنتج وعلى تقنية العلمية وعلى تقنية الوسيط أو الوكيل، فأي أما أن تكون ملموسة أو رقمية وأي وكيل أما أن يكون ملموس أو رقمي وأي عملية أما أن ملموسة أو رقمية،وبناء على ذلك فالتجارة:

تنقسم الى ثلاثة أقسام:-

1- تجارة تقليدية بحته .

2- تجارة الكترونية بحته .

3- تجارة الكترونيه جزئيه .

وعندما يكون الوكيل ملموس والسلعة ملموسة والعملية ملموسة فأن نوع التجارة سيكون تجارة تقليدية بحته وعندما يكون الوكيل رقمي والسلعة رقمية والعملية رقمية فأن نوع التجارة سيكون تجارة الكترونية بحتة، وأذا أحد العوامل الثلاثة أصبحت رقمية والبقيه ملموسة فأنه سيكون هناك مزيج مابين التجارة التقليدية والتجارة الالكترونية ويطلق على هذا المزيج بالتجارة الالكترونية الجزئيه.

هذا وتقدم التجارة الالكترونية العديد من المزايا التي يمكن أن تستفيد منها الشركات نذكر منها مايلي:

1- تسويق أكثر فعالية وأرباح أكثر كونها وسيلة فعالة للوصول الى أسواق العالم جميعها في وقت ودون أنقطاع طيلة ساعات اليوم وطيلة أيام السنه وبأقل النفقات .

2- تخفيض مصاريف الشركات: تعد عملية أعداد وصيانة مواقع التجارة الالكترونية عبرالانترنيت (Web) أقل كلفة من أسواق التجزئة أو صيانة المكاتب،حيث توفر العديد من النفقات العامه والادارية.

3- تلبية أحتياجات العملاء وتوفير الوقت والجهد، أن غالبية العملاء يفضلون أجراء معاملاتهم التجارية من منازلهم أو موقع عملهم، أي أنهم يفضلون الخدمة الذاتية من أي وقت ومن أي مكان وعبر أي أتصال ودون الوقوف في طوابير لشراء منتج معني. وذلك أختصارا" لوقتهم وجهدهم

4- حرية الاختيار: توفر التجارة الالكترونية فرصه رائعة لزيارة مختلف أنواع المحلات على الانترنيت وتزود العملاء بالمعلومات الكاملة عن المنتجات ويتم ذلك بدون أي ضغوط من الباعة.

5- خفض الاسعار: حيث يوجد على شبكة الانترنيت العديد من الشركات التي تبيع السلع بأسعار أقل مقارنة بأسواق التجزئة أو المتاجر التقليدية لان التسوق على الانترنيت يوفر العديد من النفقات العامة والادارية، حيث تصل نسبة الوفر ما لا يقل عن 80٪[7] ، ممايصب في مصلحة الزبائن.

ثانيا"/- التجارة الالكترونية الخصائص والمقومات

1- خصائص التجارة الالكترونية

أبتداءا "ينبغي التميز بين التجارة الالكترونية والاعمال الالكترونية (E- Business) فالاخيرة هي أوسع نطاق وأشمل من التجارة الالكترونية، وتقوم على فكرة أتمتة الاداء وتحول أنماط العمل في مختلف الانشطة الادارية والانتاجية والمالية والخدمية في المنشأه ويدخل ضمن هذا المفهوم المصنع الالكتروني المؤتمت والبنك الالكتروني وشركة التأمين الالكترونية والحكومة الالكترونية في حين أن

التجارة الالكترونية نشاط تجاري يتم خلالها بيع أو شراء أو تبادل المنتجات والخدمات والمعلومات بآليات تقنية وضمن بيئة تقنية.

أن هذا التغير في نظام أعمال المؤسسات كنتاج طبيعي للتطور الهائل في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كان السبب وراء نشوء وتطور التجارة الالكترونية.

هذا وتتسم التجارة الالكترونية بالعديد من الخصائص التي تميزها عن التجارة التقليدية والتي تتمثل بالاتي:

أ- عدم وجود مكان جغرافي محدد يلتقي فيه البائعون والمشترون،وأنما يتم التلاقي عبر شبكة الانترنيت، أي أن السوق أو مركز التجارة ليس بنايه أو ماشابه بل هو محل شبكي يحوي تعاملات تجارية،وأن طرفي العملية التجارية نادرا" ما يعرفون بعضهم البعض وتتم عمليات التبادل دونما حاجه حتى أن يرى أحدهم الآخر.

ب- أن عملية التبادل التجاري الالكتروني تتم بأعلى درجه من الكفاءة وبأكثر فعالية وبأقل تكلفة ممكنه،كونها تعتمد التبادل الالكتروني للبيانات Electronic Data Interchange (EDT) والمستندات كأرسال الحوالات المالية والقوائين والكمبيالات والنظم المعلوماتيه الأخرى.

ت- أن التجارة الالكترونية تساعد على أنجاز العديد من الصفقات والمعاملات بسهولة ويسر ودون أن يتطلب

ذلك أنتقال البائع أو المشتري الى حيثما تعرض هذه المنتجات والخدمات.

ث- تمتاز التجارة الالكترونية بأمكانية مطلقة في عرض منتجاتها من السلع والخدمات على المستهلكين

ج- في وقت واحد وعلى مدار الساعه في اليوم الواحد، مما يساهم في تحقيق أقصى فائدة ممكنه لكل من المنتجين أو المستهلكين.

ح- تشكل التجارة الالكترونية عاملا" محفزا" للشركات المتعامله معها كي تطور خدماتها التجارية بشكل مستمر،فالمنافسة هنا تتخذ أعلى أشكالها، ذلك أن الشركة مع زيادة الاسواق المتاحه أمامها يزداد عدد منافسيها في الوقت نفسه وهي مضطرة لمواجهة المنافسة في الاسواق العظيمه من يساعد على تطوير القدرات التنافسية.

2- مقومات التجارة الالكترونية:

كي يمكن للتجارة الالكترونية أن تنمو وتتطور ينبغي توفر عدة مقومات أساسية تساهم جميعها في خلق بيئة مناسبة،وتساعد على تحقيق الفوائد المرجوه منها . ومن تلك المقومات:-

أ- توافر بنيه تحتيه تتمثل بالاتصالات ونشر شبكة الانترنيت على نطاق واسع بحيث يمكنها النفاذ لاوسع شريحه من المجتمع وبأسعار تنافسيه.

ب- نشر الوعي العلمي والثقافي والقضاء على الأميه المعلوماتية لدى أفراد المجتمع يساهم في أصدار التشريعات المناسبه والمعالجات القانونية لتوفير الحماية والثقه للمتعاملين في هذا الحقل. الامر الذي سيساعد على تقليل عمليات النصب والاحتيال وكذلك يساهم في ثقة المواطن في عمليات البيع والشراء.

ت- وجود بنيه تحتيه كافيه للخدمات الماليه لاسيما في مجال التعامل المالي المصرفي وتمكينه من دعم عمليات التجارة الالكترونية والتوسع في نظم الدفع الالكتروني لاسيما بطاقات الائتمان وتيسير أبرام معاملات ماليه مأمونه على الشبكه.

ثالثا/- آفاق التجارة العربية الالكترونية

تحاول العديد من الدول العربية متابعة المستجدات العالمية في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالاتوما تعززه من متغيرات جديده من خلال تطوير وتحديث أقتصادياتها لتواكب التطورات السريعه والمتلاحقه من تكنولوجيا المعلومات، وبدأت هذه الدول في الاعتماد على الاعمال الالكترونية (E_Business) والتجارة الالكترونية كمنطق للتعامل في الاسواق التي تتعامل فيها شركات هذه الدول ومن بين هذه الدول دولة الامارات والمملكه العربية السعودية ومصر والاردن وتواجه الدول العربية تحديات واسعه في هذا المجال أهمها الفجوة الرقمية المتسعه في أقتصادياتها،تلك الهوة الفاصلة التي خلقتها ثورة المعلومات والاتصالات في مجال النفاذ الى مصادر المعلومات والمعرفه والقدرة على أستغلالها وهي فجوه واسعه ومتعددة الجوانب وباتت أمرا" واقعا" وهي آخذه بالاتساع بينها وبين الدول المتقدمه أضافة لوجودها بين الدول العربية ذاتها وفي داخل كل دوله على حده.

ويشير تقرير البنك الدولي العام 2005 الى أن حجم صادرات الدول العربية التقانه العالميه بلغت (2%) فقط في حين بلغت في الدول المتقدمه (36%) ودول شرق آسيا (29%) وأمريكا اللاتينية (2%) أما من حيث متوسط مستخدمي الانترنيت مثلا" في الدول المتقدمة لعام 2003 يبلغ (480) لكل ألف من السكان ومتوسط مستخدمي الانترنيت في الدول العربية (49) لكل ألف من السكان للعام نفسه، مما يوضح حجم الفجوة الرقمية.

أن من أهم مؤشرات قياس الوصول لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات هو مؤشر عدد مستخدمي الانترنيت والذي يعكس بشكل غير مباشر واقع وآفاق التجارة الالكترونيه، وتشير أحدث الاحصائيات أن عدد مستخدمي الانترنيت في العالم يبلغ نحو (1,2) مليار مستخدم من تعداد سكان العالم لعام 2007، البائع عددهم

نحو (6.5) مليار نسمه أي بنسبة (17%) في حين لم يكن عدد مستخدمي الانترنيت يتجاوز في عام 1997 أي (70) مليون مستخدم، أي تضاعفوا نحو سبعة عشر مره على مدى عشر سنوات وهي زيادة لم تشهدها أي وسيله أخرى على مدار التاريخ الانساني،أما على المستوى العربي، يبلغ عدد مستخدمي الانترنيت في العالم العربي لعام 2007 نحو (29) مليون نسمه مستخدم من أجمالي سكان الوطن العربي البالغ (330) مليون أي أن نسبة مستخدمي الانترنيت العربي لعدد السكان يبلغ نحو (8.7%)،في حين لم يكن أجمالي عدد مستخدمي الانترنيت العربي في عام 1997 يتجاوز600 ألف مستخدم وهو ما يعني زيادة تبلغ نحو (50) ضعف في مدى عشر سنوات[11]. أي أن الزياده التي يشهدها أنتشار الانترنيت في الوطن العربي تعد أعلى النسب في العالم، وتنبأ هذه الزيادة الهائله في عدد مستخدمي الانترنيت عما يمكن أن يشهده المستقبل من توسع في هذه الزياده أستنادا" على التطور التكنولوجي الذي بدأ يأخذ اللغه العربية في الاعتبار.

ويعتمد عدد مستخدمي الانترنيت على عوامل عديده تؤثر بشكل مباشر عليه وعلى أنتشار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات منها مدى توافر الحواسيب ورخص ثمنها وصيانتها وتعليم الطلاب في المدارس ومحاربة الاميه المعلوماتيه ورخص أسعارالهاتف والاشتراك في الانترنيت وتوفر الهواتف والخطوط لتأمين سرعة أنتقال المعلومات وتعريبها للاستفادة منها أضافة الى متوسط دخل الفرد ومستوى المعيشه (القدرة الشرائيه العالية للفرد) .

أن النظر الى واقع أستخدام تكنولوجيا الاتصالات في العالم العربي يكشف وجود هوة رقمية بين بلدان طورت نسيج تكنولوجيا الاتصالات فيها واغلبها في منطقة الخليج العربي وبلدان لازالت متعثرة في هذا المجال ووفقا" لدراسة أعدت لصالح منتدى دافوس الاقتصادي الدولي حول تحديات تطور تكنولوجيا

الاتصالات والاعلام في العالم العربي،تم تصنيف الدول العربية الى ثلاث مجموعات :

- مجموعة التطور السريع وتشمل: الامارات – الكويت- البحرين.
- مجموعة الدول الصاعدة: مصر –الاردن- لبنان- السعودية.
- مجموعة الدول السائرة في طريق النمو: المغرب – عمان – سوريا.

هذا وتتصدر دولة الامارات العربية المتحدة الدول العربية من حيث نسبة مستخدمي الانترنيت من أجمالي سكانها حيث بلغت (29,9٪) ثم البحرين (18.17%) ثم قطر (12.8%) في الكويت (11.29%) على حين يقف السودان في أخر القائمة.

وعلى الرغم من أرتفاغ مستوى المعيشه المملكه العربية السعودية نجد أنها تأتي في المرتبه التاسعه بعد تونس وقبل فلسطين حيث لاتتجاوز النسبه لديها 2.68% من مجموع السكان أما المغرب ومصر والجزائر وليبيا. فتتابع في التصنيف أنطلاقا" من المرتبه الحاديه عشر(12)

وعلى الرغم من صعوبة تحديد حجم التجارة الالكترونية عربيا"،الا أن بعض الدراسات البحثية والاحصائية أظهرت تواضع حجم وأمكانيات التجارة الالكترونية في العالم العربي فقد حققت التجارة الالكترونية على المستوى العالمي معدلات نمو مرتفعه نسبيا" منذ عام 1997 حيث بلغ نموها (200%) سنويا" وأرتفعت عائداتها من (26) مليار دولار لعام 1997 الى (330) مليار دولار لعام 2001 وأرتفعت لتصل (1000) مليار دولار لعام 2003 ومن المتوقع أن تصل الى (5000) مليار دولار في عام 2005 . في حين أن حجم التعاملات في التجارة الالكترونية العربية لم يتجاوز نسبة (0.3%) من حجم التعاملات على المستوى

العالمي على صعيد تعاملات الشركات (b2b) أما الشراءالالكتروني عبر الانترنيت فلم يتجاوز عربيا" (0.6%) وتشير أكثر التوقعات تفاؤلا" للعام 2006

والصادرة عن (UNCTD) الى أن التعاملات الالكترونية في أفريقيا والدول العربية لن تتخطى (0.6%) من مجموع التعاملات العالمية في حين ستحقق الولايات المتحدة الامريكية مثلا" نسبة (58.1%) .

أن تدني مساهمة التجارة الالكترونية العربية على المستوى العالمي يعود الى عدة أسباب منها أن المواقع التي تستخدم اللغة العربية لاتمثل أكثر من 0.5% من مساحة الاستخدام على شبكة الانترنيت، وهذا يعد عائقا" رئيسا" أمام نجاح تجارة التسوق الالكتروني في الدول العربية فمشكلة اللغة تمثل عاملا" مهما" يقيد نشاط التجارة الالكترونية العربية كما أن عدم الوعي بوسائل التجارة الالكترونية وتحديدا" وسائل الوفاء بالثمن عبر تقنيات الدفع النقدي وبطاقات الائتمان وضعف الثقة بالجوانب الامنية لحماية المعلومات مثلت عوامل حاسمة في ضعف أستخدام هذا النمط المستحدث للانشطة التجارية هذا بالاضافة الى المشاكل التقليدية التي تعوق التجارة الالكترونية في العالم العربي مثل ضعف الموارد البشرية والمادية وغياب الخبرات التكنولوجيا اللازمة نتيجة أنتشار الامية بنسب عالية ممثلة في الامية الابجدية علاوة على وجود أمية معلوماتية وضعف كفاءة قطاع الاتصالات الامر الذي يؤثر في أداء القطاعات الاقتصادية الاخرى وعدم توفير البنية التحتية الكافية التي تتيح الاتصال بالانترنيت والاستفادة من تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها وأخيرا" تأتي مشكلة غياب الاطار التشريعي والتنظيمي في بعض الدول العربية الذي ينظم المعاملات الالكترونية في ظل أنفتاح الاسواق والحفاظ على حقوق الملكية الفكرية.

وتتوقع بعض الدراسات أن يزداد حجم التعامل بالتجارة الالكترونية على المستوى العربي مع أزدياد أندماج أقتصاديات هذه البلدات في الاقتصاد العالمي مشيرة الى توجيهات حكومية لدى العديد من هذه البلدان لايجاد الحكومة الالكترونية أذيتم تعامل الحكومية الكترونيا"مع كثير من القطاعات الانتاجية والاستهلاكية كذلك في تقديمها لمختلف خدماتها.

وينبغي التأكيد على ضرورة توافر مجموعة من الآليات تساعد على النهوض بواقع التجارة الالكترونية العربية،وتتخطى بعض العقبات وتحقق نسبة نجاح متزايدة ومن هذه المتطلبات وجود بنية متطورة للاتصال ونظم جيدة لادارتها مع أرساء بيئة قانونية وتشريعية لتوفير الحماية والثقه للمتعاملين في هذا النشاط ومعرفة اللغة الاجنبية وتوافر قاعدة ثقافية جيدة والوعي والادراك لأهمية هذه الوسيلة ووجود حاسبات آليه ومستوى مرتفع من الدخل نسبيا".

أن الباحث في الواقع العربي يلاحظ أن الجهود تتفاوت فيما بين المؤسسات العربية من حيث الاداء والانجاز والتميز. فالمئات من المواقع العربية تتجاوز مشكلة اللغة بأعتماد نظام لغة ثنائي وبرمجيات ترجحة وحلول خاصة بالبيئة العربية وبالتالي تمكنت من الدخول الى سوق التجارة الالكترونية وقدأعلنت العديد من المصارف العربية وفي مقدمتها البنوك الكبرى في الامارات العربيةالمتحدة مجموعة بنك الامارات الدولي - الشرق الاوسط وبنك دبي الوطني – بنك الاتحاد الوطني – وبنك الكويت الوطني على الموقع www.nbk.com بنك عودة لبنان على الموقع www.audi.com وبنك الاعتماد اللبناني وبنك فلسطين الدولي على الموقع www.pibank.com أضافة لبنك قطر الوطني على الموقع www.qatarank.com

البدء بتقديم خدماتها المصرفية عبر الانترنيت لتسهيل التجارة الالكترونية وتلك البنوك هي العاملة حاليا" في ميدان التجارة الالكترونية العربية.

كما شاع تأسيس متاجر أفتراضية على الشبكة، أبرازها متاجر الملابس والحلويات والمكتبات،كما ظهرت مواقعذ خدماتية شاملة،أخبارية،أعلاتية وتسوقية للعديد من السلع في مقدمتها المجلات ومنتجات التقنية من الاجهزه والبرمجيات ،وتعد مشروعات الاسواق الالكترونية في دبي والسعودية والاردن أكثرمشروعات التجارة الالكترونية طموحا" ويتوقع أن تحقق خطط تطويرها نماء جيد في سوق التجارةالالكترونية العربية.

ومع أتساع الاهتمام بأحداث مواقع عربية على الانترنيت لمختلف المؤسسات والهيئات التجارية في العالم العربي بدأت المواقع التي تأسست في السنوات السابقة بأضافة خدمات التسوق الالكتروني وخدمات التجارة الالكترونية الاخرى وتظهر الدراسات أن نسبة تزايد أنشطة التجارة الالكترونية في البيئة العربية تزداد على نحو متسارع وتشير التنبؤات الى أن كل (7) من أصل (10) جهات عربية تستحدث موقعا" على الانترنيت تضيف ضمن خدمات الموقع أنشطه تسويقيه واعلاميه وخدماتيه تقع ضمن نطاق ومفهوم التجارة الالكترونية.

رابعا"/- التحديات الاساسيه للتجارة الالكترونية العربية

أن أسباب تعثر التجارة الالكترونية في العالم العربي متعدده،منها تحديات تقنية وتحديات غير تقنية. وتتمثل هذه التحديات في حقل بناء تجارة الكترونية عربية في ثلاثة أبعاد أساسية.

البعد الاول

متطلبات البنى التحتية، وهو تحدي ذو طبيعه تقنيه يتصل بها تحديات بناء وتطوير الكوادر البشرية المدرية على أستخدام تكنولوجيا المعلومات وعلى صيانة الاجهزه والمواقع، وعدم وجود حيز حجمي band width كافي للاتصالات السلكية واللاسلكية في غالبية الدول العربية كونها تعاني من مشكلات البنى التحتية في حقلي الاتصالات والحواسب، ومايتصل بهما من ادوات تطوير البرمجيات مع بعض التطبيقات وقواعد البيانات المستخدمه حاليا".

ويتصل بهذا البعد عدم تخطي غالبية الدول العربية مشكلات السياسات التسعيرية لبديل الخدمات الاتصالية وخدمات تزويد الانترنيت، وهو عامل فعال في زيادة عدد المشتركين كمدخل ضروري لوجود سوق التجارة الالكترونية العربية.

البعد الثاني

وجود البيئة القانونية والتشريعية لتوفير الحماية والثقه للمتعاملين في التجارة الالكترونية،فالدول العربية ومؤسساتها التشريعية معنية بأرساء الحلول الشاملة أمام أفرازات عصر المعلومات واثاره على النظام القانوني، ووضع أستراتيجية واضحه للتعامل مع هذه الموضوعات، أذ كيف يكون تشريع التجارة الالكترونية مثلا" ذو فعالية وملائمه أذا لم يكن النظام القانوني المعني يعترف مثلا" بالحماية الجنائية للمعلومات من اخطار جرائم الكمبيوتر والانترنيت أو كان النظام القانوني المعني لايقبل حجة الوسائل الالكترونية ولايعترف بمستخرجات الحاسوب بيّنه في الاثبات أي لاتزال الكثير من القوانين والانظمه والتشريعات في العالم العربي غير منسجمه مع متطلبات التجارة الالكترونية.

البعد الثالث

تحديات التميز والاستمرارية والقدرة التنافسية :- وهو يتصل بمفهوم تطوير الاعمال business development لضمان الاستمرارية والتنافسيه وعلى أتساع حجم سوق التجارة الالكترونية العربية، أن صغر حجم الاعمال الموجهه للمستهلك هو من المعوقات الاساسيه التي تحد من انتشار الاعمال الالكترونية عبر الشبكة، كذلك ينبغي أرساء البنيه المناسبة للخدمات المالية كونها أحدى القضايا المهمه في هذا المجال لاسيما بطاقات الائتمان والتي لايزال استخدامها محدود جدا" في العالم العربي. ويمكن القول ان المطلوب ليس مجرد الوجود على الشبكة لأن وجودا" دون قدرة تنافسية وتطور دائم يعادل عدم الوجود بل ربما يكون الخيار الاخير اقل كلفة ويوفر خسائر الوجود غير الفاعل على الشبكه.

كما أن هناك عقبات أو مشكلات أخرى تعوق التجارة الالكترونية في العالم العربي كالمعوقات الاجتماعية والتقنيه مثل توفر الوعي الكافي بأهمية الاعمال الالكترونية وما يمكن أن تغتنمه من فرص جديدة وآفاق واسعه أمام منظمات الاعمال والمنظمات غير الشرعية واللغه وعدم الثقه في التسديد عبر الوسائل الالكترونية ومقاومة التغير وغيرها.

الفصل الثالث

الوعى السياسى وتطبيقاته

الفصل الثالث

الوعى السياسى وتطبيقاته

نشأة الوعي السياسي

تعد نشأة الوعي السياسي عند الإنسان أثناء عملية الإنتاج الاجتماعي ولهذا فهو ثمرة من ثمار التطور الاجتماعي ففي عملية الإنتاج بالذات وفي عملية إعداد أدوات الإنتاج وأثناء التفاعل مع الطبيعة يستطيع الإنسان ان يعي وان يكتشف خصائص الأشياء ويفرق بين ما هو جوهري، وما هو غير جوهري وان يظهر الترابط الحتمي والسببي بين الظواهر، وان يعي العلاقة بينه وبين الوسط الذي تعيش فيه[1].

ويرتبط نشوء الوعي السياسي بشكل عام عند الإنسان بظهور اللغة. فقد اثر تكون اللغة تأثيراً بالغاً في تكوين الوعي وتطوره، اذ عن طريق اللغة بدأ الحوار بين الإنسان منذ الفترات التاريخية السحيقة.

وكانت للحضارات الإنسانية باختلافها تجليات واضحة على إبراز الوعي السياسي لدى الشعوب.

فالرومان كانت لديهم إسهامات واضحة وجلية على معرفة الفرد بحقوقه السياسية والقانونية، فضلا عن دورهم في تحليل الأحداث السياسية التي مرت بها إمبراطوريتهم، (إلا أن تصور الإمبراطور الروماني بان له سلطانا وحقوقاً غير محدودة)[2].

(1) د. عبد مسلم الماجد - مذاهب ومفاهيم في الفلسفة والاجتماع - المكتبة العصرية - بيروت ط1 - 1995 ص 129، *الوسط:- المقصود به البيئة التي يعيشها الإنسان وتؤثر في توجهاته وافكاره.

(2) د. عبد الجبار مصطفى - الفكر السياسي الوسيط والحديث - جامعة بغداد - 1982 ط1 - ص 41

قد انعكست على نوع من الوعي السياسي القيادي والمتعلق بذات الإمبراطور، فنظره تحليلية إلى ذلك العصر تكشف انه لم يكن هناك انفتاح سياسي العصر كما نراه في الوقت الراهن بالصورة الواضحة في المجتمعات المعاصرة والمتحضرة.

أما (اليونانيون) فيعود لهم الفضل في نشر الكثير من المفاهيم السياسية التي أصبحت بمثابة قواعد فكرية والتي أصبحت فيما بعد إلى قواعد للانطلاق الديمقراطي خاصة في أوربا. ففي مجال الوعي السياسي نبدأ بالتاريخ الأوربي والظروف التي ساعدت على نمو الوعي لدى الفرد الأوربي عبر الزمن وأولى التجليلات كان بظهور (عصر النهضة الأوربية) – (Renaissance)- وقد مثل هذا العصر رد فعل على الاستبداد الكنيسي في تلك الفترة، فالأوربيون شعروا بحقوقهم الضائعة والمحتكرة من قبل سلطة الكنسية وتصرفاتها غير الواقعية ويعرف (عصر النهضة) على أنه:- يدل على حركة البعث الجديد أو الأحياء ومن ثم فهو تشير إلى تلك الروح النقدية التي ظهرت بالنسبة للفلسفة والأدب ولجميع المعارف والفنون الكلاسيكية، ومحاولة البحث والاستقصاء والاعتماد على النفس والاهتمام بالأمور الدينية[1].

وكان هدف عصر النهضة هو إحداث التغيير والابتكار وحدثت بدايات التغيير في أوربا وخاصة في ايطاليا فقد دفعت أوربا استثنائياً في طريق مشروع مثمر محصور في الزمان وذي مردود تاريخي كبير، وشي ذو دلالة أنها كانت ظاهر نهضة تلازمت مع ابرز المشكلات في ذلك العصر وهي مشكلة (الاستبداد).

فالإحداث التاريخية تشير إلى ان نمو الوعي القومي في ايطاليا وتأسيس الجمهوريات في مدنها، إذن العامل السياسي ومحاولة القضاء على التوترات التي

[1]) د. موسى إبراهيم – معالم الفكر السياسي الحديث والمعاصر– مؤسسة عز الدين للطباعة والنشر– بيروت – ط - 1994 – ص 13.

كانت موجودة بين مدن ايطاليا ساعد على نمو الوعي السياسي لدى الفرد الغربي حيث أشعره بضرورة تحسين الأوضاع القائمة حينذاك فالصراع الموجودة بين السلطتين الزمنية والدينية، أي: سلطة الإمبراطور وسلطة البابا، وبطبيعة الحال أن الصراع كان على تولي المراكز، فكانت الكنسية محتفظة بالمركز الديني ومارست من خلال ذلك النفوذ انواعا من الاستبداد والشمولية في السلطة.

وكان للمفكرين الذين ظهروا في تلك الفترة تأثير ملحوظ في الأفكار السياسية لدى العامة الذين عانوا من النزاع بين السلطة الدينة والمدنية، ومنهم (ميكافيلي) صاحب كتاب الأمير والذي رجع سبب التخلف في ايطاليا وعدم الاستقرارها إلى وجود السلطة الدينية المطلقة.

(كانت ميكافيلي يهاجم الدين المسيحي لان تعاليمه لا تلائم مطالب السياسة وأهدافها، حيث ان الفضائل المسيحية تدعو إلى الذل والهوان) [1].

إلا ان هذا الاعتقاد فيه نوع من التصعيد والإطلاق في الحكم على الديانة المسيحية، لان الممارسات الخاطئة وغير الواقعية واستغلال الكهنة ورجال الدين للدين لتحقيق مصلحة ذاتية هي التي أدت إلى ردود فعل لدى العامة من الناس.

والأمر الهام في أفكار المفكرين وخاصة مفكرين عصر النهضة والأنوار هو النهوض بالوعي السياسي وزيادة اهتمام الناس بالأمور السياسية وخاصة السلطة وفلسفة الأنوار باعتبارها ظاهرة ثقافية أوربية واسعة المدى.

(وقد تشابك عدة عناصر لتحدد حركة الأنوار، لكنها تطورت أساسا بوصفها نقداً للدين والسياسة، والدين أكثر من السياسة، فقد نسفت النظام القديم

---

(1) المصدر السابق – ص 24.

بكليته وفي جذوره) [1].

وهذه الأفكار الفلسفية ساعدت الشعوب الغربية في التخلص من قيود الظلام والاستبداد والسلطة المطلقة وكل ما يتعلق بغلق الفكر والحرية الإنسانية.

إما في الشرق فكان العكس مما هو الحال عليه في أوربا خاصة في العصور الوسطى، فقد عرف الشرق الاستقرار السياسي وذلك نتيجة لظهور الإسلام وقيام الحضارة الإسلامية، وما جاءت به تلك الحضارة على مبادئ وأفكار على العكس مما كانت موجودة في الجزيرة العربية قبل ظهور الاسلام، ومثلت الحضارة الإسلامية حلقة غنية ربطت بين الحضارات القديمة الشرقية والإغريقية وبين حضارة العصور الحديثة.

فالإسلام دين حقيقي، الهي، أدبي – عبادي، أي ان الإسلام لم ير ذلك الفصل بين ما هو ديني وما هو دنيوي الامر الذي ادى إلى الاهتمام بالسياسة ضمن الشريعة الإسلامية وفي أول دولة إسلامية رأت النور على الأرض. وهنا يقول غولدزيية (ان الإسلام قد جعل الدين دنيوياً لقد أراد ان يبني حكماً لهذا العالم بوسائل هذا العالم) [2].

ويقول(ستول هورغرونج) ضمن هذا المضمار– إن الإسلام قد دخل في العالم كدين سياسي ودلالته العالمية تعود للتحالف بين هذين العاملين المتعارضين من حيث المبدأ.

إذن ان الأمر الضروري فيما قاله هذان المفكران هو ان الإسلام منذ ان جاء إلى الواقع جاء بمفاهيم مرنة قابلة للانسجام مع الواقع البشري ولم تكن خيالية فقد

([1]) هشام جعيط – ازمة الثقافة الإسلامية – دار الطليعة – بيروت – ط 1- 2000م – ص 135.

([2]) هشام جعيط – ازمة الثقافة الإسلامية – دار الحقيقة – بيروت – ط 1- 1980 – ص 138.

شكلت تلك المفاهيم وعياً سياسياً واجتماعياً واقتصادياً وفقاً للمنظور الإسلامي ومبادئه وتوجهاته فقد استطاع الإسلام من معالجة الواقع الاجتماعي في (مكة) التي كان قبلياً إلى حد كبير، حيث المجتمع منقسم إلى طبقتين (الأسياد – العبيد) وهذا التغير على الواقع المكي تمثلت انبثاقاً حضارياً في الشرق، فالمفاهيم والمبادئ والأفكار هي التي تساعد على نمو الوعي السياسي فقد احتوى الإسلام على كل ذلك، و الوعي السياسي في الإسلام بدأ مبدئياً بظهور دولة المدينة والسلطة السياسية المعروفة في شخصية الرسول (ﷺ).

إما ما تعيشه المجتمعات في الشرق (العالم الإسلامي) من الجمود والانغلاق الفكري والمعرفي وعدم الموضوعية والعلمية في تفسير الظواهر والأحداث السياسية وعدم الإمكانية من المشاركة السياسية، فكل هذه ما هي الا افرازات حكومات استبدادية عملت على احتكار جميع مجالات الحياة. وهذا ما سنوضحه في باب المعوقات.

ان الحركات القومية في خمسينات القرن الماضي من خلال رفع شعارات (التحرر – والوحدة) ساعد على نمو الوعي القومي بقضايا المنطقة، إلا ان الوعي لم يكن وعياً سياسياً موجهاً، أي فاعلاً من قبل الجماهير وإنما تحت تأثير وتخدير السلطة والاحزاب الحاكمة.

(فالأنظمة كانت تفتقر إلى الشرعية الدستورية. وحتى ذلك الوقت لم يتم عملية الانتقال من شرعية القبلية والريفية إلى الشرعية القانونية والدستورية مثلما نراه في الغرب) [1].

واما الفترة التي تلت الخمسينات فلم يحدث فيها تغيرات جذرية في المنطقة

([1]) د. محمد حسنين هيكل – خريف الغضب – بيروت – الطبعة الحادي عشر 1985 – ص 145.

وخاصة ان تلك الفترة شهدت صراعاً عربياً - إسرائيليا وكان الأعلام والدعاية كلها موجهة لتغطية ساحات المعركة ومواقف الزعماء أمثال (جمال عبد الناصر) وغيره، حتى حدوث نكسة (1967) المعروفة. والتي أدت إلى تلاشي آمال الجماهير العربية بالحركات التحررية والقيادات القطرية في تلك الفترة.

إن حالة الوعي السياسي بصورة عامة في منتصف الأربعينات وحتى بداية التسعينات تأثرت إلى حد كبير بالمسألة الدولية والصراع الدولي والعلاقات بين القطبين العملاقين في العالم، حيث كانت هناك صرعاً ايدولوجيا بين الولايات المتحدة التي مثلت القطب الغربي، والاتحاد السوفيتي (السابق) والتي مثلت القطب الشرقي، فالبيئة الدولية كانت تعكس تجليات على البيئة الداخلية وخاصة الفكرية. وان ظروف الحرب الباردة التي استمرت من (1945- 1992) شكلت نظاما دوليا مرتبكا إلى حد كبير وأعطى للحكومات خاصة في الشرق الاوسط الحجة في إعلان حالة الطوارى واستحالة إمكانية التغيير الديمقراطي بحجة الظروف التي تمر بها الدول وتهديد التغيير على الأمن القومي كل ذلك أدى إلى بقاء المجتمعات العربية تحت الاستبداد السياسي وبذلك أصبح الوعي السياسي قاصرا على مفاهيم الثورة ومصطلحات القائد الكاريزما وحتى وقتنا الحاضر ما تزال بعض البلدان تعيش حالة الطوارى ولا ندري ما الذي يكمن في سر حالات الطوارى ولا نرى أي مبرر لها سوى استخدامها للحفاظ على كراسي الحكم التي لا تتغير إلا بالجلطة الدماغية.

ماهية الوعي السياسي وأهميته

الماهية:

الوعي (ادراك المرء لذاته ولما يحيط به إدراكا مباشراً وهو أساس كل معرفة)[1] ويمكن إرجاع مظاهر الشعور أو الوعي إلى ثلاثة أقسام:-

1- الإدراك والمعرفة 2- الوجدان 3- النزوع والإرادة

هنا ووفقاً لمفهوم الوعي السياسي بشكل عام يشير الوعي إلى العوامل المرتبطة بالبيئة الإنسانية ومعرفة الإنسان بتلك البيئة من جميع النواحي معرفة واعية بحيث يستطيع تحليلها ومعرفة نتائجها.

وعلماء النفس يعرفون الوعي بأنه (شعور الكائن الحي بنفسه أو ما يحيط به)

ومع تقدم العلم اخذ مدلول (الوعي) ينمو نحو العمق والتفرع والتوسع ليدخل العديد من المجالات النفسية والاجتماعية والفكرية، فقد كثرت المجالات التي يضاف إليها الوعي، فهناك الوعي الاجتماعي والوعي الطبقي والوعي السياسي. الذي سنقتصر حديثنا علية هنا.

و بخصوص الوعي السياسي فتخلف التعاريف التي عرفت به هذا المفهوم على حسب الاختلاف الايدولوجيا والبيئي للمجتمعات البشرية، حيث يعطي كل مجتمع تعريفاً خاصاً للوعي السياسي حسب نوعية ذلك المجتمع.

فمثلاً تركزا الاشتراكية على العامل الاقتصادي ودور الطبقات في الإشارة إلى ماهية الوعي السياسي وتعريفه، فقد عرف (لينين) السياسة بانها(أكثر

([1]) احمد خورشيد النورة جي – مفاهيم في الفلسفة الاجتماعية – دار الشؤون الثقافية – بغداد – ط1 – 1990 ص 253؛

التعبير تركيزاً على الاقتصاد) [1] وهنا تدور السياسة حول مسائل الوضع الاقتصادي خاصة بالنسبة للطبقات التي تشكل المحور الرئيسي في الفكرة الاشتراكية وهنا يشير (كار ماركس) وفقاً للعلاقات الاقتصادية من حيث تأثيرها في السياسة حيث يقول (لقد أخفقت الفكرة دوماً بقدر ما كانت مختلفة عن (المصلحة). وحمل الاختيار لصحة وواقعية الأفكار السياسية هو الصراع الطبقي والفعلي الذي يخاض وفقها) [2].

وهنا يتبين بان الاشتراكية قد ركزت على الطبقة كونها هي التي تشكل الوعي السياسي في داخل المجتمعات الإنسانية، فالطبقة وحسب مصلحتها تنظر إلى الأمور وتحللها من زاوية مصلحة الأفراد التي تشكل تلك الطبقة الموجه لإفرادها إلا ان هذه النظرة قد تغيرت في الوقت الراهن حتى بالنسبة لبعض الاتجاهات الاشتراكية.

ونرى في الاتجاه الرأسمالي على العكس من الاشتراكية الدور الأكبر والأنشط للفرد في حياته وفهم المفاهيم والمصطلحات السياسية حيث ساعدكل من السوق الحر والصحافة الحرة وحرية الرأي والتعبير على خلق نوع من الوعي السياسي المنتج والمؤثر على كافة الأصعدة والقضايا التي تحدث في المحيط الغربي التي تمثل راعي الفكرة الرأسمالية إلا ان ذلك لا يعني ان الفكرة الرأسمالية قد شكلت مجتمعاً إنسانيا مثالياً فالبعد السلبي في هذه الفكرة يتوضح من خلال استلاب الإنسان ووعيه وتعامل الآلة مع الإنسان، من خلال إهماله عندما يستنفذ طاقاته في العمل ونرى ذلك بوضوح في مجتمعات الرأسمال والرأسمالية.

---

(1) ا. ك اولدوف – ترجمة ميشل كيلو (الوعي الطبقي) – دار خلدون – بيروت ط – سنة 1978 – ص 73.

(2) المصدر نفسه، ص 74.

واما الفكرة الإسلامية فقد أشارت إلى مسألة الوعي في إطار السياسة الشرعية وقد ارتبطت كلمة (الوعي) في الفكر الإسلامي بالجمع والحفظ على النحو الذي نجده في القرآن الكريم (وجمع فأوعى) [1]، وقد كونت وعياً سياسياً لدى المسلمين منذ قيام الدولة الإسلامية في المدينة المنوره وذلك لارتباط الجانب الديني والدنيوي ببعض، وبدأ العمل على نشر الدعوة الإسلامية ونشر المفاهيم السياسية التي جاءت بها الإسلام.

إلا ان النظرية قد لا تجد التطبيق على ارض الواقع فعلى الرغم من ادعاء بعض الأنظمة السلطوية على أنها تحمل أفكارا ديمقراطية والحقيقة انها مجرد افتراءات ولا تدخل الا ضمن الشعارات البراقة، والوعي السياسي في منطقة الشرق الاوسط غالبا ما تكون موجها من قبل من الأنظمة الحاكمة ولصالح النخبة الحاكمة.

وهكذا نجد ان للايدولوجيات إثرها في تعريف الوعي السياسي وان القول بان دور الايدولوجية قد انتهى فيه نوع من الغموض والالتباس. حيث مازالت الايدولوجية ترسم الكثير من الأحداث السياسية في الداخل والخارج، ففي بداية القرن الحالي بدأ نوع جديد من الأثر الايدولوجي في التوعية السياسية ولاسيما بعد إحداث (11) سبتمر في الولايات المتحدة فبالرغم من المقولة الشهيرة للأمريكي (فرنسيس فوكوياما) التي نشرت في مجلة ناشيونال انترست (National Intrest) والتي احدثت ضجة عالمية بعنوان (هل هي نهاية التاريخ؟) حيث أشار الكاتب فيها إلى ان نهاية الحرب الباردة لا تمثل طياً لصفحة من تاريخ التطور السياسي للعالم فحسب بل هي في تصوره نهاية التاريخ بذاته.

[1] سورة المعراج – الآية (18).

(أي نقطة النهاية لتطور البشرية ايدولوجيا❖، وانتشار الديمقراطية الليبرالية الغربية في العالم كله) [1].

فهذه الفكرة هي ذاتها أيدولوجيا وهي التي حاول الولايات المتحدة الأمريكية فرضها على العالم من خلال هيمنتها العسكرية. وان أحد الأسباب التي تعيق الهيمنة الأمريكية هو البعد الايدولوجي وأن الاختلاف في ثقافات الشعوب يصعب القضاء عليه. على سبيل المثال اليابان والصين اذ على الرغم من تطورهما الصناعي الا انهما ما زالتا محتفظتين بثقافتهما المحلية على الرغم تأثير الثقافة الغربية فيهم.

هذه الإحداث الفكرية والسياسية على الساحة الدولية والمحلية تؤثر في مستوى الوعي السياسي لدى الأفراد في الداخل أي في الثقافة المحلية وكذلك في الخارج أيضا.

والوعي السياسي معرض للتغيير والتبديل وفقاً للواقع السياسي الديناميكي كونه يجري في حركة دائمة ومستديمة ففي كل فترة زمنية نجد أفكارا ومشاريع تطرح على شعوب العالم وتؤثر في وعيهم السياسي وهذا ما نجده في الفترة الراهنة حيث مفاهيم (الحرية – الحقوق الإنسان – الديمقراطية الإصلاح السياسي في الشرق الأوسط) وكل ذلك عبر مشاريع تطرحها الدول العظمى ومنه المشروع الأمريكي للشرق الاوسط الكبير وتداعياته على المنطقة سلبياً وايجابياً.

([1]) د. علي الدين الهلال – د. نيفين سعد – النظم العربية (قضايا الاستمرار والوحدة) – مركز دراسات الوحدة العربي 2000 – ص 150.

(❖) الايدولوجية – مجموعة من الأفكار والمبادئ والمعتقدات التي تشكل نسقاً فكرياً يتضمن تقديراً لماضي الأمة وتحليلاً لواقعها الراهن.

أهمية الوعي السياسي:

إن أهمية الوعي السياسي في الفترة الراهنة يعد ضرورة إنسانية في ظل واقع صعب ومرير تمر به منطقة الشرق الأوسط حيث التخلف بالأمور السياسية ومفاهيمها وعدم المطالبة بحقوقهم، والهتافات والشعارات التي ترفعها الأنظمة الحاكمة في هذه المنطقة تعد تعبيراً واضحاً للواقع المتخلف الذي تعيشه مجتمعات الشرق الأوسط، وتكمن أهمية هذه الموضوع اي (الوعي السياسي) من خلال الحاجة إلى ذلك الوعي نظراً لارتباطه بالواقع الإنساني وهمومه ومشاكله، فالوعي السياسي يساعد على معرفة الأحداث التي تنتج ظروفا اعتيادية وغير اعتيادية في الداخل فضلا عن البيئة الدولية ودراستهما وتحليلها وما يجري عليها من تغيرات وتأثير تلك التغيرات والتطورات في الواقع المحلي للمجتمع والشعب.

وابرز النقاط في موضوع أهمية الوعي السياسي نلخصه بالاتي:-

1- قضية النهضة الحضارية: من المعروف ان الواقع الذي تعيشه مجتمعات الشرق الأوسط يتميز بالتعارض في بعض المصطلحات الأساسية، واصطدام ما هو قديم بما هو حديث إلى الاصطدام والتداخل بين الحديث والتقليد (وهنا يجب الاعتراف بان هناك أزمة حضارية تجعل هناك تعارضاً بين تحقيق الهوية وتحقيق الحضارة وبين الترات الوطني والحداثة الراهنة. وان التعارض يخلق انشقاقاً في الوعي المجتمعي) [1].

فالوعي هنا يساعد على النهضة الحضارية من خلال معرفة الأفراد بالظروف والتطورات ودور التكنولوجيا الحديثة في مجال التزويد بالمعلومات كل هذا يكون

---

(1) د. برهان غليون – اغتيال العقل – مكتبة مدبولي – ط2 – 1987 – ص 342.

بمثابة سبيل الى الوعي السياسي باتجاه تطور المجتمع ونهضته. وان النهضة الحضارية والفكرية لايمكن تحقيقها دون الربط بين الوعي التاريخي والوعي بالامور التي يمر بها الافراد في الفترة الراهنة لان الخلفية الثقافية غالبا ما ترتبط بمعرفة الأحداث التاريخية وتحليلها تحليلا علميا ومن ثم بناء الخطط المستقبلية لها من حيث زرع المفاهيم المدنية في عقول الجيل الجديد لكي تمكنه من إحداث التغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية المطلوبة في المستقبل لان بناء الوعي السياسي لا يمكن أن يتحقق في مرحلة وإنما يتطلب ذلك عدة مراحل لابد من توفيرها في سبيل النهوض بالواقع السياسي للمجتمع.

2- إن الوعي السياسي العلمي يعمل على تحليل الأحداث بصورة موضوعية وعلمية بعيدة عن العواطف وتأثيرات البيئة والمبالغة في رصد عوامل التخلف وكذلك رصد الايجابيات، حيث يساعد الوعي السياسي للمحيط الذي تعيش فيه الإنسان على تحليل الأمور السياسية من زاويا متعددة بحيث يعطي الواقع مشهداً علمياً وأكاديميا يخدم الدارسين في هذا المجال، فالوعي بالواقع المجتمعي (يقلل من دور العوامل التآمرية)[1] أي، ان ما يحدث في واقعنا منذ عشرات السنين من التخلف والاستقرار السياسي يجعله حجة على الغرب باعتباره إفرازا سلبيا ومن المحاولات التآمرية علينا، فهذه النظرة تؤدي إلى قتل العناصر الرئيسة من المسؤولية الجماعية وتطوير خطط التغيير والتنمية الذاتية وتسيطر على روح الإرادة الفردية وتجعل الافراد في زوبعة من اللامبالاة والاعتماد على الآخر في كل شيء حتى في افكاره وهنا يكمن الخطر وهو عندما يعتمد لإنسان اعتمادا كليا على الآخرين ولايفكر في إصلاح أموره بنفسه.

(1) محمد جابر الأنصاري – العرب والسياسة أين الخلل – دار الساقي – بيروت – الطبعة الأولى – 1988- ص 65.

(تجنب الاعتراف بالمسؤولية الجماعية والسلبية والنواقص العامة للمجتمعات والقطاعات السياسية المختلفة في الممارسة والتعاطي والأداء السياسي العام والرسمي شعبياً ورسمياً) [1].

فكما هو معروف فإننا نعاني من وجود وعي سياسي مزيف وحتى إذا وجد فذلك الوعي إما مدافع عن ممارسات السلطة بما فيها من احتكار واستبداد نظراً للانتهازية السياسية لدى البعض أو ان لم يكن ناطقاً باسم السلطات الاستبدادية في الشرق الأوسط فهم مدعومون من قبل السلطة بشكل أو بآخر، نظراً لتخلف المجتمع المدني ومؤسساتها المتعددة والمختلفة، وأهمية الوعي السياسي هو إعادة ترتيب وصياغة الأفكار والمعتقدات التي سادت في حياة الشعوب في البلدان المتخلفة خلال العقود الماضية وما تزال عن طريق نشر المعرفة وثقافة الحوار وقبول الآخر.

3- عن طريق الوعي السياسي يحدد دور الدولة ومؤسساتها في التعامل مع القضايا الحيوية التي تحدث في داخل المجتمع وان الوعي السياسي الموجود لدى الأفراد غالباً ما تقيد حركة الدولة ولا تسمح لها بان يعمل بشكل مطلق في الساحة الداخلية وحتى على المستوى الدولي. ونرى تلك النماذج بصورة واضحة وجلية في البلدان المتقدمة والبلدان التي يرى (الرأي العام) فيها دوره في صياغة السياسات والممارسات السياسية. إلا اننا نرى في الواقع الشرق أوسطي بان الدولة هي الكل والجزء في الوقت نفسه وأن الأفراد ينظرون ما تصدره الدولة عليهم لتنفيذه دون دراسة القرارات والممارسات السياسية للسلطة الحاكمة، والوعي السياسي في هذه الحالة له أهمية بالغة وذلك من اجل إخراج المجتمع من

(1) نفس المصدر – ص 68.

الانغلاق والجمود والسيطرة الشمولية للدولة في حياة المواطنين(*). وان السياسات الحكومية تتأثر برأي الشارع إلى حد بعيد ونرى ذلك بصورة جلية في الحركات الاجتماعية والسياسية التي تقوم بها الجمعيات والنقابات في البلدان المتقدمة وحين يشعر المواطن بحقوقه الطبيعية لابد من العمل من اجل الحصول على تلك الحقوق بصورة الرأي وتفعيل دور الشارع في المطالبة بحقوق العامة.

4- ان الوعي السياسي يساعد في القضاء على الاستبداد السياسي الذي يعد من أهم المشاكل واخطر الأزمات التي يمر بها الشرق الأوسط اذ يعد الاستبداد السبب الرئيسي وراء التخلف في المجالات الأخرى: الاجتماعية، والثقافية والاقتصادية الخ، وهي من ألازمات الموجودة في الشرق الأوسط وان أفضل طريقة للتخلص من الاستبداد والقمع هو عن طريق معرفة الشعب لما له وما عليه، أي لحقوقه وواجباته وليس معرفة ما عليه فقط دون التفكير فيما له، وان الشعوب المتقدمة قد تغيرت وتطورت نتيجة لنمو الوعي السياسي لديهم اذ تحولت الدول الأكثر عداوة في الشرق إلى حلفاء في مسائل الحرية والديمقراطية وغيرها من المسائل المتعلقة بحريات الأفراد والجماعات.

وأهمية الوعي السياسي بالنسبة لمنطقة الشرق الأوسط يعد من ضرورات الحياة في هذه المنطقة وذلك لان تكوين وعي سياسي شعبي حول الإحداث والقضايا المصيرية الحيوية تساعد على تطوير هذه المجتمعات وتمهل الطريق أمام مؤسسات المجتمع المدني للعمل في داخل تلك المجتمعات. وهذا يحتاج إلى جهود متواصلة ولا يمكن ان يحدث التغيير على مستوى الوعي عن طريق خطب أو كتابة وإنما لابد من وجود برامج علمية ومنطقية مدروسة تعمل على تحقيق

(*) ان حال الجمود الذي نراه في المنطقة هي نتيجة تعبئة هذه المجتمعات من قبل السلطة الحاكمة. بما يخدم أهداف النخبة الحاكمة لذلك يتصف الواقع في هذه المنطقة بالجمود والفكر بالانغلاق .

تلك الهدف.

(حيث ان المهم ان تفكر في كيفية وصول الأفكار التغيرية إلى هذا العدد الهائل من الناس، وكيفية متابعة تأثيرها ومراقبتها وتوجيهها، وهذا في الحقيقة لا يمكن ان يتم إلا عن طريق وجود مؤسسات متخصصة توجه جوانب الحياة كافة)[1].

وفي المجتمع العراقي اليوم يمارس هذا الدور مؤسسات المجتمع المدني التي تشكلت بعد انهيار النظام العبثي وان هذه المؤسسات تمثل حلقة وصل بين السلطة الحاكمة والشعب، وان توصيل المعارف المتعلقة بالمجتمع المدني والحرية الفكرية والحريات العامة إذا ما تم إيصالها بصورة علمية إلى المواطن عندها يمكن للموطن أيضاً أن يعبر عما يريده على وفق القنوات المتاحة له وان التغيير المجتمعي لايتحقق فقط بالمؤسسات أو فئة معينة وإنما يتطلب جهودا استثنائية من قبل الجميع وان السلطة السياسية تحمل مسؤولية اكبر بوضع استراتيجيات وخطط هادفة وذلك من خلال نشر مناخي الحرية والتعبير عن الراي وتطوير مناهج الدراسة بشكل ينسجم مع الواقع الحياتي الحديث والمتسارع. ومن المكن أن نستفيد من الوسائل الحديثة في الاستفادة من الوعي السياسي وزيادة دوره في المجتمع ونخلص بذلك من الجمود الذي طال مدته في الشرق الاوسط وان الأوان قد حان لكي ندرب الفرد الشرقي على المفاهيم الحية التي تودي إلى إحياء المجتمع واستقراره ورفاهيته وتثقيفيه.

(1) د. عبد ا لكريم بكار – تجديد الوعي – دار القلم – دمشق – ط1 – 2000م – ص 216.

العوامل المؤثرة في الوعي السياسي وتجلياته المعاصرة

إن الوعي هو محصل عمليات ذهنية وشعورية معقدة، فالتفكير وحده لا يتفرد بتشكيل الوعي، فهناك الحدس والخيال والأحاسيس والمشاعر والإرادة والضمير وهناك المبادئ والقيم ومرتكزات الفطرة وحوادث الحياة والنظم الاجتماعية والظروف التي تكتنف حياة المرء، وهذا الخليط الهائل من مكونات الوعي يعمل على نحو معقد جداً لاكتساب الوعي السياسي حول كل ما يدور في البيئة الانسانية من أحداث وظروف سياسية متسارعة وديناميكية من وقت لآخر.

(ان تراكم مادة كبيرة في دراسة الأساطير والرموز والطقوس الدينية هي الأخرى عملت كمكونات لاكتساب نوع معين من الوعي بالتطورات اللاواعية واتاح مستوى النتائج العملية إمكانية استخدامها في دراسة المجتمعات القديمة وفي دراسة العمليات السياسية في الجوانب المتعلقة بقدسية وغيبية الظواهر الاجتماعية وبتأثير وسائل الأعلام على الوعي السياسي) [1].

وان أهم السبل والوسائل الكفيلة باكتساب وعي سياسي عقلاني بحيث يكون لديها القابلية على تحليل الأحداث تحليلاً موضوعياً وأكاديميا تتمثل في مؤسسات التنشئة السياسية والطبيعية السوسيولجية للمجتمعات البشرية، ومن اجل التعرف على طرق اكتساب الوعي السياسي نوضح دور نوعين من مؤسسات التنشئة السياسية – الأولية منها، والأساسية ونبدأ بالمؤسسات الأولية.

- المؤسسات الأولية: ونركز على المؤسسات الأولية التي لها الدور البارز في التوعية السياسية للإفراد. ونقسمه كالتالي:

([1]) من الانترنيت – www.google.com، اندرية نيقولا نيفش – ميثولوجيا السياسة – 2005/2/6م.

أ- العائلة:

العائلة (الأسرة) تعد النواة الأولى في تلقي البيئة السياسية حيث يبدأ الطفل باكتساب الوعي بنفسه ككائن حي له مقومات الذاتية وكذلك اكتساب الوعي السياسي بالوسط الاجتماعي الذي يحيط به[1].

والتنشئة السياسية في مرحلة الأسرة هي في الحقيقة محاولة لإدخال في ذهن الطفل للتعرف على الواقع السياسي بشكل بدائي وبسيط من خلال التعرف على رموز السلطة وبعض الأمور المتعلقة بالسياسة، من دون ان يكون لذلك الطفل أي تحفظات مما يجده في الواقع من الأمور السياسية والأحداث والظروف.

فقد أكد عالم الاجتماع الفرنسي (دوركايم) على دور الوالدين والأسرة في تنشئة الطفل السياسية، وذلك لان جميع المكونات الثقافية الأولى تكون من الأسرة والوالدين، فالعائلة هي البداية الأساسية والأولى للبنية السياسية للطفل وهذا يتضح في علم النفس السياسي لدى الأطفال وهناك أربعة مراحل ضرورية في حياة الطفل السياسية يشير إليها (دايفيد ايستن) [2].

1- مرحلة التسيس – (Politisation) :- حينما يشعر الطفل بوجود عالم سياسي ومواقع سياسية في محيطه الاجتماعي.

2- مرحلة الشخصية – (Prrsonnalisation):- حيث يدرك الطفل من خلال تعرفه على بعض الوجوه السياسية و التي تكون بمثابة نقاط اتصال مع النظام، ونرى هذه المرحلة بصورة واضحة وجلية في منطقة الشرق الأوسط حيث

---

(1) د. صادق الأسود – علم الاجتماع السياسي – بغداد – ط1 – 1990 ص 438.

(2) د. إحسان محمد شفيق العاني – الملامح العامة لعلم الاجتماع السياسي- مطبعة جامعة بغداد 0 1968 – ص 127.

يولد الطفل وحين ينشأو يدرك يرى الزعيم على السلطة وقد يصل الطفل إلى سن العشرين أوأكثر من عمره وهو مع نفس الزعيم ونفس الأسلوب في تلك السلطة.

3- مرحلة تصوير وتكوين قيم محددة (Idealistion):- عندها ينظر الطفل للسلطة من خلال بعض وجهات النظر التي كونها عنها كأن تكون مقبولة لديه أو يرفضها شعورياً وتملكه بردود فعل معينة مرضية أو غير مرغوبة فيها.

ويعد هذه المراحل أو في المراحل اللاحقة يحقق الفرد نوعاً من الاستقلال في آرائه حول الأفكار والمعتقدات الموجودة في محيطه الاجتماعي والسياسي إلا أن المجتمعات النامية غالبا ما تشهد السلطة الأبوية المطلقة وذلك بفرض رب الأسرة نوعا معينا من المعتقدات في ذهنية الطفل، أي إن الأب كيف يفكر يجب إن يفكر الولد مثله وهذا الامر يعد أحد الإفرازات السلبية للاستبداد السياسي في المنطقة وهذا مايجعل الأب متحفظا حول المعتقدات السياسية لإفراد اسرته، ومن خلال تقدمه في العمر أي الوصول إلى عمر المدرسة وعندها تبدأ المرحلة الثانية من التوعية السياسية للطفل.

ب- المدرسة:

تعد المدرسة عاملاً آخر من عوامل التنشئة السياسية التي تساهم في اكتساب الوعي السياسي ضمن المؤسسة الأولية للتنشئة السياسية، وللمدرسة دور هام في تنشئة السلوك السياسي للفرد بعد (العائلة) حيث تمثل دور المدرسة في صياغة الأفكار والاتجاهات الموجودة في المجتمع من خلال وسائلها وأدواتها المعروفة.

وقد أكد عالم السياسة الأمريكي (ماريام) على دور المدرسة باعتبار المدرسة

النظام التربوي الرسمي التي تقوم بعمليات التدريب المدني، وان التلاميذ يكتسبون أولى عمليات التنشئة من خلال المدرسة.

(فالمدرسة هي التي تعمق من شعور الأفراد للانتماء إلى المجتمع وتساهم في بناء شخصية الطفل وتثقيفه عن طريق فهم العادات والتقاليد وتجعله عضواً مشاركاً في المجتمع) [1].

وللمناهج الدراسية والكادر العلمي والطلبة أثرهم على اكتساب الوعي السياسي، وإننا نشهد أزمة تخلف المناهج الدراسية فضلا عن تخلف الكادر العلمي تخلفاً فكرياً وثقافياً. ويتطلب لجعل المدرسة منبرا لتعليم الفرد المفاهيم المدنية جهود مشتركة من قبل الكادر العلمي من المدرسين وكذلك السلطة السياسية التي ترغب في الانفتاح السياسي.

جـ- الجامعة:

إن الجامعة هي أهم مؤسسة لإنتاج الكوادر والافكار وتطويرهما وكذلك توليدهما وللجامعة دور حيوي وبارز في حياة المجتمعات البشرية وقد قامت الجامعات بهذا الدور الفعال في البلدان المتقدمة من خلال مشاركة الجامعات في صنع القرار السياسي للمجتمع، وعادة ما كانت الجامعات بمثابة قوة ضغط على الحكومة من خلال تقييد بعض ممارستها السياسية، وتمارس الجامعة دورها الايجابي اذا ما تم الربط بين المعرفة والإنتاج، أي: ربط الجامعة بهموم ومشاكل المجتمع والعمل على تثقيف المواطنين ووضع الخطط والبرامج التنموية والعملية ومراكز الأبحاث التي تعمل على زيادة الوعي السياسي ونشره بين الطلبة

(1) د. أحمد جمال ظاهر – دراسات الفلسفة السياسية – دار الكندي – أردن – الطبعة الأولى – 1988 – ص 412.

والمجتمع، ويظهر دور الجامعة في اكتساب الوعي السياسي من خلال اهتمامات الجامعة بالإحداث والظروف السياسية التي يمر بهما المجتمع، وخاصة في العلوم الإنسانية وهناك أمثلة في واقعنا الشرق أوسطي على دور الجامعة في التوعية السياسية والعمل السياسي، منها على سبيل المثال مشاركة طلاب جامعة السودان في تغيير الحكومة، فضلا عن مشاركة الطلاب الجامعيين في الثورة الإسلامية في إيران. وان الجامعة يجب أن لاتنفصل عن المجتمع وإنما يجب عليها أن تنسجم مع المجتمع وتتعرف على المشاكل التي تحدث في الواقع وتحاول جاهدة إيجاد الحلول الكفيلة لها وفقا لواقع الناس وهمومهم الحياتية.

هذه بالنسبة للمؤسسات الأولية من حيث دورها في اكتساب الوعي السياسي وهناك مؤسسات أخرى أساسية لها الدور على اكتساب الوعي والتوعية السياسية للإفراد ومنها: (الأحزاب السياسية - جماعات الضغط- وسائل الاعلام).

أ- الأحزاب السياسية:

لاشك في ان للأحزاب السياسية درواً هام في ا لاتجاهات السياسية لدى الأفراد ويطبيعة الحال فان دور الأحزاب مثل المؤسسات الأخرى (كالجماعات الضاغطة- ووسائل الأعلام) يختلف باختلاف المجتمعات ففي المجتمعات المتخلفة يرتبط حياة الأفراد الحزبية إلى حد الاعتماد الكامل، وهذا ما لا نراه في المجتمعات الأخرى، ففي المجتمع الأمريكي على سبيل المثال نرى الولاء الحزبي مرنا وذلك على وفق مستوى الوعي االسياسي لدى الفرد الأمريكي (فلا تتعجب إذا ما تحول خلال فترة وجيزة احد الجمهوريين إلى الديمقراطيين أو بالعكس وذلك التحول لا يؤدي إلى التصفيات الجسدية كما نرى ذلك في المجتمعات

المتخلفة) [1].

وغالباً ما تكون الأحزاب السياسية أدوات للتوعية السياسية في الفترات الأولى من التنمية السياسية، ففي المجتمعات المتقدمة يكون دور الأحزاب ضيئلاً بالنسبة للتوعية السياسية وغالباً ما تكون الاتجاهات التي تغرسها الأحزاب في الدول المتقدمة منسجمة مع القيم التي تغرسها العائلة والمدرسة، إما في البلدان المتخلفة فتسعى الأحزاب إلى غرس قيم غالباً ما تكون مختلفة عن القيم التي تلقاها البالغون في طفولتهم حيث يقتصر التغيير والتطور على الأحزاب فقط في تلك المجتمعات.

(ففي النظم المتقدمة حيث تقوم مؤسسات أخرى بدور التوعية فالحزب يضطلع بمسؤولية عقد الاجتماعات وتنظيم أعياد الاستقلال وأعياد الميلاد وللقادة القوميين) [2].

والأحزاب في منطقة الشرق الأوسط تساهم بدور بارز في صياغة المفاهيم والأحداث السياسية، وذلك لان هذه المجتمعات تعد مجتمعات نخبوية أي ان هناك نخبة حاكمة تقود المجتمع نحو فهم معين وأسلوب معين من السلطة. وتحليل معين للقضايا السياسية التي تحدث في المحيط المحلي والدولي، لذا يعد هذا الدور للأحزاب دوراً سلبياً إلى درجة ما وذلك لان هذه الحالة تتيح الاستغلال واحتكار الأفكار في المجتمع.

على أية حال ان للأحزاب الدور البارز وفي بعض الأحيان الدور المساعد على

([1]) زيرفان سليمان – مقال بعنوان (الانتخابات الأمريكية - وعقدة العراق) المنشورة في جريدة الأفق العدد (60) – 2004م_www. Kurdiu. org.

([2]) د. إسامة ا لغزالي حرب، الأحزاب السياسية في العالم الثالث – عالم المعرفة – مطابع الرسالة – كويت – ص 182- سلسلة (117).

اكتساب الوعي السياسي تبعاً لاختلاف الأحزاب واختلاف المجتمعات التي تعمل بها تلك الأحزاب السياسية.

ب- جماعات الضغط"

والمؤسسة الأخرى التي تساهم في اكتساب الوعي السياسي تجاه القضايا التي يمر بها المحيط أو البيئة الاجتماعية للإنسان تمثل في جماعات الضغط ووعي هذه الجماعات حول قضية معينة واتجاه معين غالباً ما تنسجم القضية أو الاتجاه مع مصالح الأفراد الذين يشكلون جماعات الضغط (اللوبي).

وظاهرة جماعات الضغط ظاهره قديمة، غير أنها لم تبرز بشكلها المميز في الحياة السياسية إلا قبل بضعة عقود من السنين في الولايات المتحدة الأمريكية ومنها عرف هذا الاصطلاح وشاع في البلدان الأخرى[1].

وجماعات الضغط عبارة عن مجموعة من الأشخاص تربطهم روابط وعلاقات خاصة ذات صفة دائمة ومتواترة بحيث تفرض على أعضائها نمطاً معيناً من السلوك الجماعي وطريقة التأثير لجماعات الضغط على اكتساب الوعي السياسي تظهر من خلال الوظيفة التي تقوم بها الجماعات الضاغطة ألا وهي التأثير المباشر والتأثير غير المباشر في الحكومات وذلك يؤدي إلى فرض نوع من السلوك والوعي السياسي على الأفراد الذين ينتمون إلى تلك الجماعات، والتأثير المباشر لجماعات الضغط تتضمن المواقف التي تتخذها تلك الجماعات إزاء القضايا السياسية المطروحة على مختلف المستويات وذلك بإرسال وفد إلى الحكومة، وأيضا يجري عمل تلك الجماعات في الخفاء حيث تمول الحملات الانتخابية لصالح جماعات الضغط، وذلك بدفع تمويل الانتخابات من اجل

(1) د. صادق الأسود – مصدر سبق ذكره – ص 276.

وصول احد المؤيدين لمصالح جماعات الضغط إلى دفة (كرسي) الحكم.

ويطبيعة الحال يختلف دور وتأثير جماعات الضغط على تكوين الوعي السياسي باختلاف المجتمعات البشرية كما هو الحال في الأحزاب السياسية، فمثلاً نرى ان الدور الذي تقوم بها جماعات الضغط في ا لبلدان الغربية وخاصة الولايات المتحدة الأمريكية غالبا ما تكون ادوار مدنية عن طريق فرض بعض الالتزامات الاقتصادية والاجتماعية أو السياسية على الحكومات عن طريق الشركات ومؤسسات الأعلام والنقابات، أما في بلدان الشرق الأوسط فلا تزال دور جماعات الضغط غير واضحة وان وجدت تلك الجماعات فأنها غير فعالة وتقليدية فنرى ان جماعات الضغط تقتصر على رؤساء العشائر أو ما يسمى بالشيوخ، والحالة العراقية اكبر دليل على ذلك حيث تلى سقوط بغداد والنظام البعثي ظهور دور اكبر لرؤساء العشائر في العملية السياسية في العراق وبدأوا يمارسون الضغط على الحكومة الجديدة والنظام الجديد، فضلا عن محاولة تلك العشائر إلى الانسجام مع المفاهيم العصرية كالديمقراطية وحقوق الإنسان لغرض الحصول على النفوذ في السلطة السياسية. وان دور جماعات الضغط من حيث تاثيرها في على الوعي السياسي يرتبط بالدور الذي تلعبه هذه الجماعات من خلال تأثيرها على العمليات الانتخابية وصنع القرار السياسي في هذه البلدان وتعد الولايات المتحدة النموذج الحي على ذلك وان هذه الجماعات لاتسعى للوصول إلى السلطة وإنما فقط التأثير في شخوص السلطة بما يخدم مصالح تلك الجماعات المرحلية والبعيدة.

جـ- وسائل الأعلام:

ان وسائل الاتصال في عصر الفضائيات وشبكات المعلوماتية قد غزت العالم ببرامجها وعروضها حتى تحول العالم إلى قرية كونية، بحيث يطلع أهالي

الجنوب على أخبار أهالي الشمال بنفس الوقت وبسرعة هائلة فاقت التصورات البشرية في بداية القرن الحالي فتدفق الصور والرموز الثقافية على هذا النحو العجيب اتاح للناس مقارنات ثقافية غير مسبوقة، فقد صار في العالم كل واحد يستطيع تلمس موقعه موقع بلده بين أمم االأرض، مما أدى بالتالي إلى تداخل ثقافي بين شعوب المعمورة، وهذا ما يساعد على الإطلاع الواسع والسريع على الأحداث السياسية والظروف االدولية وتكون بذلك نوع من الوعي السياسي العالي للإحداث المثيرة على الساحة الدولية، فضلا عن الوعي السياسي لكل شعب من شعوب المنطقة بالإحداث والأمور الداخلية المتعلقة بسياسات حكوماتهم.

وان وسائل الأعلام باعتبارها طرق لاكتساب الوعي السياسي تختلف باختلاف أنواعها ومصدر تلك الوسائل، ففي داخل الأنظمة االشمولية تكونت كل وسائل الأعلام بيد الحزب الحاكم أو السلطة المنفردة بحيث يفرض إرادته على أفكار العامة، على عكس ما نراه في المجتمعات الديمقراطية حيث تفرض وسائل الأعلام أراءهاه وإرادتها على الحكومات وسياساتها.

و يشير (تود جتلن – Todd Gitlin- إلى مزايا وسائل الأعلام ومضارها بالنسبة لحركات الاحتجاج الاجتماعية التي تنادي بالتغيير السياسي الجذري[1].

وهكذا فان التغطية الإعلامية تؤثر في الأفراد ويكون لديهم توجهات وآراء حول مختلف المفاهيم والأحداث السياسية، وما دمنا نعيش اليوم عصر المعلوماتية فان هذا الدور معرض للتطور والتوسع وهكذا نجد في عالم اليوم تعدد وتنوع طرق

---

(1) دوريس اية جربير – سلطة وسائط الأعلام في السياسة – ترجمة د. اسعد أبو ليده – دار البشير للنشر والتوزيع – عمان – ط2 – 200 – ص 277..

اكتساب الوعي السياسي واتساع المؤثرات التي تسهم في تنمية الوعي السياسي على المستوى الكوني (العالمي) والمحلي. أما كيفية تحقق ذلك وابعاده سلباً وإيجابا فهذا أمر أخر فالبعد السلبي في تشكيل الوعي السياسي غالبا مانرا ه في الأنظمة الشمولية التي تعتقل فيها الكلمة وينعدم فيها الراي وان الإعلام موجه لدرجة توثر في عقول الافراد وتوجههم نحو نوع معين من الأفكار والمعتقدات وذلك من خلال الوسائل التي تمارس من خلالها الحرب النفسية والدعائية الموجة وتستغل وسائل الإعلام المرئية والمسموعه لذلك الغرض لذا فان أي تظاهرات من قبيل الوعي السياسي يكون مزيفااو موجها.

وان الإعلام في الوقت الراهن يمارس دورا اكبر من حيث تعدد الوسائل كالشبكة العنكبوتية وتحويل العالم إلى قرية صغيرة لذا أصبح بإمكان الإفراد الذين يعيشون تحت نير الاستبداد من التعرف على العالم الواسع واقتناء الأفكار الحرة من خلال الانترنيت والأقمار الاصطناعية. وهنا لابد من الفرق بين الأثر الذي يجليه الإعلام العالمي في اكتساب نوع من الوعي السياسي، فالإعلام العالمي اليوم يؤثر بصورة واضحة في تفكير الشعوب نظرا لسرعة التنقل في المعلومات بين الشرق والغرب والشمال والجنوب ويتجلى هذا الأثر بقوة في المجتمعات النامية والمغلقة وذلك لكون الافراد في هذه المجتمعات تقيم الأحداث السياسية من زواية ردود الأفعال الآنية والمرحلية دون التفكير في العواقب والآثار التي تفرزها الظروف السياسية المتنوعة لذا نرى بان الظواهر التي تعبر عن الوعي السياسي كالمظاهرات والمطالبة بالتغيير غالبا ما تكون مرحلية ويتلاشى في الوقت الذي رسمته الأنظمة الحاكمة في هذه البلدان، واما الإعلام المحلي فان أثره ليس بالمستوى المطلوب وان مساهمته في توعية الافراد توعية سياسية يكون مقتصرا على المفاهيم التي تريد السلطة إيصالها إلى الشارع أو بشكل آخر ادلجة (فرض

فكرة معينة على) الشارع وفق مصالح النخبة الحاكمة ولكي يمارس الإعلام المحلي دوره لابد من تفاعله مع هموم المواطن وتعبيره عما يتجة إليه الشارع أو الراي العام الشعبي.

معوقات اكتساب الوعي السياسي

ان الكثير من جانب الموروث الثقافي والسياسي فضلا عن الحالة غير الصحية التي نراها في الفترة الراهنة في مجتمعات الشرق الأوسط قد أسهمت إلى درجة كبيرة على اعائقة اكتساب الوعي السياسي الموضوعي والعلمي حول الأحداث السياسية التي تحدث في المحيط الداخلي وفي البيئة الدولية فهناك حالة أللاستقرار السياسي والركود الاقتصادي والاستبداد السياسي والتخلف المعرفي والفكري وضعف الإنتاج القومي وانعدام خطط التنمية والتحديث والعيش في مجتمعات مغلقة حتى بات كمعتقلات كبيرة على شعوب المنطقة، وفي هذا المضمار نحاول ان نشير إلى ضعف أو عدم توفير المؤسسات التي تساهم في اكتساب الوعي السياسي في الشرق الأوسط، إضافة إلى وجود نوع من المقارنة بين بلدان تلك المنطقة.

فالمؤسسات الأولية – في التوعية والتنشئة السياسية المتمثلة في (الأسرة والمدرسة والجامعة) في هذه المنطقة لا تقوم بذلك الدور الذي يساعد على اكتساب الوعي السياسي.

- العائلة: فالعائلة التي تعد النواة الأولى في بناء شخصية الأفراد لكي تنسجم مع الواقع الذي نعيشه نرى فيها نوعا من الاستبداد فالأب والأخ الكبير يمارسان السلطة المطلقة على حساب الأفراد الآخرين فالشرق الأوسط يعاني من سلطة الأبوية حيث فرض الاوامر وإلزام تطبيقها في جو لا يتصف بحرية الرأي.

(فالعلاقات الديمقراطية وإذا ما كانت العلاقة الأساسية للأبوية هي الخضوع فانها هنا المساواة في الأسرة، والاستقلال الاقتصادي هو الأساس لنشوء الديمقراطية في الأسرة) [1].

فالنظام الأسري يعاني من (الشخصية الاستبدادية) التي توجد بين الأفراد غير الواثقين من أنفسهم، والذين لم يفلحوا في تكوين شخصيتهم فنرى ان تحليل الأمور يكون إما بالسلب المطلق، أو بالإيجاب المطلق دون ان يكون هناك حد وسط في تحليل الأوضاع فالطاعة العمياء للسلطة والقيم والتقاليد الموجودة داخل تلك المجتمعات قد انعكست كلهن على مؤسسة الأسرة.

أما المدرسة: فهي الأخرى تعيش تحت تراكم المجتمعات ومخلفاتها السلبية، فالفرد الذي عاش في جو عائلي استبدادي ينقل معه تلك القيم إلى داخل المدرسة ومن ثم تؤثر في الأفراد الآخرين، فضلا عن ذلك عدم وجود تخطيط علمي منهجي يحدد أهداف المدارس واستراتيجياتها في المنطقة، والأمزجة السياسية التي تكونت في المدرسة تختلف من شخص إلى آخر، فضلا عن اختلاف تلك الأمزجة أيضاً.

(وقد وضعت (ايزل) وحصر فيه الأمزجة السياسية بين محورين الأول – محور القسوة - اللين، والمحور الثاني هو اليمين – اليسار [2].

إلا ان هذه المعايير الأربعة قد تختلف حسب الطبقات الاجتماعية والأدوار التي يقوم به الأفراد داخل المجتمع.

---

[1] د. هشام شيرابي – النظام الأبوي وإشكالية المجتمع الغربي – مركز دراسات الوحدة العربية – بيروت – الطبعة الثانية 1993 – ص 50.

[2] صادق الأسود – علم الاجتماع السياسي – مصدر سبق دكره – ص 305.

والجامعة في الفترة الراهنة هي الأخرى تعاني من الانقطاع مع المجتمع ولا يوجد هناك ربط بين المعرفة والإنتاج، ولا تساهم الجامعات بذلك الدور في التوعية السياسية بالنسبة للطبقات العامة والتي تشكل الأغلبية في مجتمعات الشرق الأوسط وألان نرى ان المجتمع في واد والجامعة في واد آخر، فضلا عن قلة المتطلبات والوسائل العلمية الحديثة بحيث تساعد الجامعات على اكتساب المعرفة الجديدة، فاغلب جامعات المنطقة تعاني من قلة استخداماتها لمجال الانترنيت، فهي الأخرى بدلاً من ان تكون عامل جذب واستقطاب تحول في أحيان كثيرة إلى عامل إعاقة تحت توجه السلطات الحاكمة وتوجيهها وإشرافها.

أما يخص المؤسسات الأساسية كالأحزاب وجماعات الضغط ووسائل الأعلام من حيث اساهمها في الوعي السياسي فهي تواجة في منطقة الشرق الأوسط معوقات بحيث تؤدي إلى عدم فعاليتها في توعية المجتمع والمساهمة في رسم ملامحه وتتحول في أحيان غير قليلة وبفعل صراعاتها إلى عائق لاكتساب الوعي.

(ففكرة القبول بوجود الآخر، وهي فكرة غير متجذرة في الممارسة السياسية العربية، فنحن خلال الرجوع إلى تاريخ العمل الحزبي في المنطقة العربية يتبين لنا ان الأحزاب قد ارتبطت في نشأتها بفترة الخضوع للاستعمار[1].

فضلا عن ارتباط واستمرار الحزب في هذه المنطقة بشخص المؤسسة أو ما يمكن تسميته بشخصية الأحزاب العربية.

فالأحزاب هي الأخرى لم تقم بذلك الدور الفاعل في توعية الجماهير توعية سياسية بحيث يكون ذات تأثير على صناع القرار والأوضاع السياسية، وخاصة أحزاب المعارضة التي تقتصر على وظيفة نشر الوعي السياسي بين أفراد الشعب.

([1]) د. هشام شرابي – مصدر سبق ذكره – ص 176.

وجماعات الضغط – هي الأخرى تتمثل في فئة الجيش أو العشيرة التي تعيش واقعاً متخلفاً بذاته ولا يمكن انتظار الدور من تلك الجماعات النفعية والمصلحية في المساعدة على نشر الوعي السياسي، على عكس جماعات الضغط الموجودة في الغرب وتوجه سياسات الحكومات فيها.

أما وسائل الأعلام: فعلى الرغم من الدور الذي تلعبه تلك الوسائل في المجتمعات المتحضرة من حيث الإسهام في اكتساب الوعي السياسي الشعبي ومعرفة الأفراد بمجريات الأمور السياسية بموضوعية دون التفات إلى مراقبة أو إرضاء الحكام، و الاعلام في الشرق الأوسط محتكر بيد النخبة الحاكمة وبذلك يكون أعلاما موجهاً لا يؤدي الدور الايجابي المرجو منه، وهي الأخرى تعيش في أزمة السيطرة السلطوية والترويج للسلطة الحاكمة.

إلا ان هناك معوقات يلاحظها الباحث من خلال دراسة الواقع السياسي الذي يعيشه الشرق الأوسط، وتلك المعوقات هي التي تعيق سبل الوصول إلى الوعي السياسي ألاكاديمي والعلمي، و يمكن تقسيم ابرز تلك المعوقات الى:

1- المعوق الفكري:

ويرتبط هذا المعوق بانقسام هذه المجتمعات إلى معسكرين فكريين متضادين حيث ترتبط كل طائفة بالنوع الخاص من التفكير الذي ينسجم مع رأيه وفكرته دون النظر إلى نقاط الالتقاء والتفكير بمشاريع النهضة، فقد كانت هذه المنطقة بمثابة ساحة للنزاع بين الأيدلوجيات المختلفة امتداداً من زمن الاستعمار وانتهاءاً بزمن الزعامات والأطراف السياسية التي تلت الاستعمار واحتكرت شرعية الثورة للسيطرة على المجتمعات.

(صورة الصراع الحاد بين دعاة الحداثة والتحديث، ودعاة الأصالة والعودة إلى

الجذور، ويكاد النقاش ان تشق المجتمع العربي إلى طريقين لالقاء بينهما، بل ان يشق الوعي العربي أداته على نفسه في صراع ذاتي دائم يمنعه من أية حركة ايجابية ويغلق عليه التغير) [1].

وهنا كان لابد على القوى التي حكمت المنطقة من جعل الممارسة السياسية ممارسة تداولية بين جميع الحركات والأفكار التي دخلت الساحة بعد فترة التحرير، وذلك للتعرف على التطبيقات المختلفة لتلك الأفكار وبالشكل الذي يخدم المصلحة العامة، ولكن ذلك لم يحدث وإنما عملت الأطراف التي وصلت إلى دفة الحكم على حماية كراسي الحكم واحتكارها لأنفسهم عن طريق قانون القوة وليست بقوة القانون.

وكذلك مارست الانغلاق الاقتصادي وقصر الموارد بيد السلطة الأمر الذي جعل من المجتمع مجتمعا استهلاكياً يقر كل ما تقرره السلطة الحاكمة.

2- المعوق السياسي (وهم الاستبداد السياسي):

أما النقطة الأخرى من معوقات اكتساب الوعي السياسي، فهو الفهم الخاطئ لمصطلح السياسة وكل ما يرتبط بهذا المفهوم من معان وممارسات، حيث هناك خلل في الفهم والتخوف من السياسة وعدم الاهتمام بها نظراً للواقع السيئ الذي خلقته السلطات السياسية التي حكمت المنطقة بالنار والحديد خلال العقود التي مضت وما تزال الأوضاع تسير على نفس الوتيرة من حيث التخلف بالسياسة والاستبداد السياسي.

(ان الشباب والمراهقين لم يعودوا يهتمون بالسياسة وإنما بنجوم الغناء العالمية

(1) د. برهان غليون اغتيال العقل – بيروت – مكتبة مدبولي – ط1 – 1987 – ص 31.

ونجوم كرة القدم ولا يعرفون شيئاً تقريباً عن تاريخ بلدهم ومؤسساته) [1].

فالاهتمام اليوم غير موجه نحو الأمور السياسية والتنموية الفكرية وإنما هي مركزة على الأمور السطحية واليومية دون ان يكون هناك أية مشاريع في سبيل تخلص المجتمع من هذا القوقع وخاصة جيل الشباب باعتبارهم سواعد المجتمع وقوته الفعلية.

3- الجمود وعدم التفكير بالتغيير الايجابي :

والنقطة الأخرى البارزة في مسألة المعوقات التي تواجه الوعي السياسي هي الاتكالية، وعدم التفكير بالتغيير، وإهمال العوامل الذاتية التي أدت إلى هذا الجمود، ووضع الوم على الأطراف الخارجية والاستعمار على انتاج هذا الواقع المتردي صحيح ان لهذا الواقع امتداداً لبعض الخطط والممارسات الشنيعة للاستعمار إلا ان هذا لا يعني الاستسلام و عدم التغيير وتطوير الذات.

(ابراز دور العوامل التآمرية الدولية، أو الانحرافات التسلطية للهيئات الحاكمة) [2].

فقد تعودت مجتمعات المنطقة برمتها على الحديث عن العوامل الموضوعية والمكايد الغربية والشرقية. والادعاء ان كل ما يتعرض له الإنسان الشرق أوسطي هي من افرازات الاستعمار والقوى الخارجية، ونسوا ذاتهم ولم يقوموا بتدريس جميع جوانب حياتهم خاصة المعوقات الذاتية أمام تطور الإنسان وإمام النهوض الموضوعي والأكاديمي.

كل هذه العوامل وغيرها تشكل عوائق دون اكتساب الوعي السياسي الذي

---

(1) هشام جعيط – أزمة الثقافة الإسلامية – مصدر سبق ذكره ص 40.

(2) د. محمد جابر الأنصاري – العرب والسياسة أين الخلل – مصدر سبق ذكره ص 68.

يسهم بدوره في عملية البناء والتقدم والتنمية والاستقرار وأدت هذه المعوقات إلى عرقلة التحولات الاجتماعية والسياسية، فضلا عن ثقافة الشكوى التي أصبحت تجتاح المجتمعات النامية فالكل يصف لك المشكلة من كل أبعادها ولكن قلما تجد فئة مهتمة بحل تلك المشاكل أو أسباب التخلف والجمود، وتظهر هذه الحالة نتيجة عدم التخصص وادعاء الافراد بالمعرفة المطلقة والتدخل في الشؤون التي لا تدخل ضمن اختصاصاتهم، وهنا لابد من العمل على القضاء على البعد التشاؤمي من ثقافتنا فبدلا من انتظار الآخر كي ياتي ليرسم معطيات الحياة لنا لابد من التحرك الذاتي والإرادة الذاتية ومخاطبة الذات وتعويدهما على المفاهيم المدنية والثقافية، وبدأت اليوم عمليات التنمية البشرية في بعض المجتمعات وهذه العمليات يعد ضرورة ملحة في الوقت الراهن.

ونجد إن الوعي السياسي الوصفي منتشر بصورة سلبية بين النخبة المثقفة حيث يصفون لك الاحداث والمعطيات السياسية من باب الوصف فقط وهذا لا يمت إلى الوعي التحليلي بأية صلة فالتحليل والموضوعية يغيران من مجرى الامور السلبية وليس الوصف والمشاهدة السطحية.

الفصل الرابع

الإعلام و حق حرية التعبير

الفصل الرابع

الإعلام و حق حرية التعبير

حرية التعبير:

حق حرية التعبير هو حق كل إنسان في أن يعبر عن رأيه بكل موضوع، بكل وقت، بكل مكان وبكل وسيلة حرية التعبير تتضمن حريات أخرى مثل حرية الصحافة، حرية الإعلان وحرية التظاهر.

لحرية التعبير يوجد وجه آخر وهو "حق الجمهور في المعرفة" وهو حقنا في سماع آراء الآخرين أي حق طلب المعلومات وتلقيها.

بالرغم من أهمية حق حرية التعبير في النظام الديمقراطي هذا الحق ليس حقاً مطلقاً، فأحياناً تتضارب حرية التعبير مع قيم وحقوق أخرى هامة في المجتمع الديمقراطي.

في إسرائيل لا يوجد قانون لحرية التعبير مثل الولايات المتحدة ، حرية التعبير مذكورة فقط في خطابات القضاة وقرارات الحكم جهاز القضاء في إسرائيل أكد كون حرية التعبير حقاً هاماً يجب الحفاظ علية لتحقيق النظام الديمقراطي.

مرسوم الصحافة في إسرائيل يعطي وزير الداخلية إمكانية إغلاق صحيفة في حالة نشرها معلومات قد تمس بسلامة الجمهور أو أمن الدولة حسب رأيه كذلك أنظمة الدفاع (في حالات الطوارئ) تعطي الحق للرقابة العسكرية بإغلاق صحيفة في حالة نشرها مواد قد تمس حسب رأي الرقيب بأمن الدولة أو سلامة الجمهور أو النظام العام من هنا نرى أن المشكلة ليست فقط عدم وجود قانون يضمن حق حرية التعبير بل وجود قوانين تمس وتقيد حرية التعبير.

موضوع حرية التعبير في إسرائيل وصل إلى المحكمة فقط في سنة 1953 ضمن قرار حكم "كول هعام – صوت الشعب"، وهو قرار الحكم ضد وزير الداخلية. في تلك الفترة نشر في صحيفة هآرتس خبر يقول أن وزير الخارجية آنذاك אבא אבן/ابا ايفن أعلن لوزير الخارجية الأمريكي بأن إسرائيل تودع في خدمة الولايات المتحدة الأمريكية 200 ألف جندي لمساعدتها في حربها ضد التكتل الشيوعي. في هذه السنة كانت الحرب الباردة في أوجها الحزب الشيوعي في إسرائيل كان يصدر جريدة تسمى "كول هعام – صوت الشعب" وعندما قرءوا ألخبر في جريدة هآرتس، ثار غضبهم ونشروا مقالا جاء فيه "فليذهب آبا افن ليحارب وحدة فليذهب كل واحد ليحارب لوحدة سنصعّد صراعنا ضد بن جوريون" وزير الداخلية يقرر بأن المقال يمس بسلامة الجمهور ويعطي أمرا بإغلاق الجريدة ل 15 يوما، الجريدة تقدم دعوة ضد وزير الداخلية وتدعي أن قراره يمس بحرية التعبير رغم صلاحيته بإغلاق الجريدة. كانت هذه المرة الأولى التي تصل فيها حرية التعبير إلى القضاء. القاضي أجرنات تطرق في قراره إلى أهمية حرية التعبير بشكل عام، وادعى أنها حق ديمقراطي أساسي : " أن الحق في حرية التعبير هو حق أعلى ... يشكل شرطا مسبقاً في تحقيق كل الحريات الأخرى تقريباً... لا يمكن قيام النظام الديمقراطي إذا لم يعترف القضاء بحرية التعبير".

القاضي أجرنات قال أن هناك جانبين هامين في حرية التعبير:

- الجانب الجماهيري : حرية التعبير تمكّن من حصول العملية الديمقراطية التي من خلالها يتم اختيار مشترك للطريق وذلك من خلال نشر كل الآراء أي تحقيق " السوق الحرة للآراء".

- الجانب الشخصي: كل إنسان يستطيع أن يعبر عن نفسه كما يريد. ألقاضي أجرنات يدعي بأن الإنسان لا يستطيع تحقيق حريته بشكل كامل ما لم

يعبر عن رأيه .

قرار حكم "كول هعام – صوت الشعب" يعتبر حدثاً هاماً أعطى دعماً كبيراً لحرية التعبير، وقد استند القاضي أجرنات إلى وثيقة الاستقلال التي تحدد قيم دولة إسرائيل، فقد تم الاعتراف لأول مرة بحق حرية التعبير ، ومنذ ذلك الوقت وحتى اليوم اعتبر هذا الحق أحد الحقوق الأساسية الهامة في الجهاز القضائي. وبذلك مهد قرار الحكم هذا ممارسة حرية الصحافة والدفاع عنها في وجه أية محاولة للمس بها .

مرسوم الصحافة يمس بحق حرية التعبير والقاضي أجرانات يقترح فحص إمكانية وجود مس بسلامة الجمهور ويتطرق لكلمة "من المحتمل"- "עלול" أجرنات يقترح استعمال "اختبار اليقين القريب" وذلك لفحص فيما إذا كان قرار وزير الداخلية عادلاً. قرار الحكم ألغى قرار وزير الداخلية بإغلاق الجريدة بدعوى أن وزير الداخلية أمر بإغلاق الجريدة رغم أن المقال المنشور لم يشمل مواد تمس بسلامة الجمهور.

التبريرات لحرية التعبير

القاضي أهرون براك في مقاله "حرية التعبير وقيودها" يتحدث عن أربعة تبريرات لحرية التعبير في النظام الديمقراطي:

1. حرية التعبير تمكن من كشف الحقيقة: يجب ضمان حرية التعبير لتمكين وجهات النظر والأفكار المختلفة المتنوعة من التنافس فيما بينها من خلال هذه المنافسة تظهر الحقيقة لا من فرض السلطة لحقيقة واحدة وحيدة، بدون التعبير لا تكون مواجهة وبدون مواجهة نخشى ألا تظهر الحقيقة، أي أن إجراء النقاش الحر وتبادل الأفكار هما اللذان يمكّنان من كشف الحقيقة الضرورية لقيام

النظام الديمقراطي.

2.حرية التعبير تُضمن العملية الديمقراطية في الدولة: حرية التعبير تضمن تبادل المعلومات والآراء بين الجمهور وتمكن الأفراد والجماعات من محاولة الإقناع كل بصحة طريقته وهكذا يستطيع المواطنون المشاركة في العملية الديمقراطية وتحقيق مبدأ حكم الشعب في المعركة الانتخابية.

3.حرية التعبير تمكن من الحفاظ على الاستقرار الاجتماعي: حرية التعبير تمكن من كشف المشاكل التي تعاني منها جماعات معينة في المجتمع وهذا يؤدي إلى تنفيس هذه الجماعات عن ضائقتها وإضعاف ميلها إلى اللجوء نحو العنف وهكذا نحافظ على الاستقرار الاجتماعي.

4.حرية التعبير تمكن من التحقيق الذاتي للفرد : حرية التعبير تساعد الإنسان على التطور وتحقيق ذاته فبدون القدرة على التعبير عن أرائه ومشاعره وبدون القدرة أن يسمع ويسمع وان يكتب ويقرأ لا يستطيع الإنسان تحقيق ذاته.

براك يشير لكون حرية التعبير قيمه مركزيه للإنسان والمجتمع، غير أنها ليست الوحيدة. أي أن حرية التعبير هي حق نسبي غير مطلق ، هناك قيم اضافيه مركزيه وهامة مثل كرامة الإنسان وحريته، سلامة الجمهور، الحق في الخصوصية وأمن الدولة.

حرية التعبير قد تتضارب مع حقوق أخرى وهنا تكمن المشكلة وهي — كيفية الحفاظ على التوازن بين حرية التعبير وبين باقي القيم في المجتمع الديمقراطي. بكلمات أخرى السؤال هو - متى يكون تقييد حرية التعبير مبرراً؟

براك يميز بين نوعين من التقييدات على حريه التعبير

1.التقييد على طريقه التعبير: في هذا النوع حالات التقيد تكون موجه ضد طريقة التعبير وليس ضد المضمون – مثلا قد يمنع متظاهرين من التظاهر والتعبير عن رأيهم كونهم يستعملون مكبرات الصوت ويزعجون بذلك الجيران أو يلوثون البيئة أو يعرقلون حركة السير. هذا التقيد على حرية التعبير لا علاقة له بالمضمون الذي يعبر عنه المتظاهرون بل ينبع من طريقة تعبيرهم ومسهم بحقوق أخرى كحرية الحركة.

التقييد على مضمون التعبير : هذه التقييدات تتعلق بمضمون التعبير. في هذه الحالات مضمون التعبير(وليس الطريقة) يمس بقيم أخرى هامة في الدولة الديمقراطية مثل سلامة الجمهور وأمن الدولة والحق في السمعة الطيبة والحق في الخصوصية.

في كلتا الحالتين يتم تقييد حرية التعبير كونها تمس بقيم أخرى هامة ولكن في كلتا الحالتين يجب علينا تقيد حرية التعبير فقط في حاله وجود يقين قريب للمس في باقي القيم.

اختبار اليقين القريب

هو اختبار لفحص التوازن بين حرية التعبير والقيم والحقوق الأخرى، هذا الاختبار يُحدّد متى يُسمح بتقييد حرية التعبير في حال تضاربها مع قيم أخرى. القاضي براك يدّعي بأنه لا يوجد تبرير للمس بحريه التعبير ما لم يتواجد يقين قريب للمس بأمن الدولة أو سلامه الجمهور.

براك يقترح أربعة معايير لفحص شرعية فرض التقييد أي المس بحرية التعبير:

هناك علاقة سببية بين النشر وبين المس بالمصلحة مثل سلامه الجمهور، أمن ألدوله، النظام العام، الحق في السمعة الطيبة، كرامة الإنسان وحريته.

وجود احتمال كبير لحدوث المس بالمصالح.

ظروف النشر: هل ظروف النشر تزيد الخوف من المس بسلامة الجمهور (ظروف النشر قد تساعدنا في تحديد احتمال المس بالمصالح حيث أن الاحتمالات للمس تختلف باختلاف الظروف، مثلاً النشر في فترة الحرب قد يزيد من احتمال المس بسلامة الجمهور).

المس في حرية التعبير كوسيلة أخيره: حتى في حال وجود يقين قريب للمس بالمصالح يجب فحص إمكانيات أخرى للمحافظة على سلامة الجمهور وأمن الدولة دون اللجوء للمس بحرية التعبير.

علاقة الإعلام بالسلطة

هنالك صراع مستمر بين وسائل الإعلام وبين السلطة الحاكمة على السيطرة والتحكم الواحد بالأخر. هل ستنجح السلطة بالسيطرة على وسائل الإعلام أم أن وسائل الإعلام ستنجح في الحفاظ على استقلاليتها والتمكن من نقد السلطة بحريه ومن ثم التأثير على الأحداث السياسية في العالم؟

بسبب هذا الوضع، هنالك حاجه لوضع جهاز تنظيم العلاقة مابين الأعلام والسلطة ولإظهار حقوق وواجبات كل منهما.

يوجد في العالم أربعة نماذج تحكم الدولة الإعلامية:

1.نموذج السلطة/النخبة (הדגם הסמכותי)

في هذا الإطار يتم أعطاء حرية العمل لوسائل الإعلام والمواطنين ما دامت

هذه الحرية لا تتصادم مع النظام الحاكم ، حيث تعطي أمكانية تشكيل المنظمات التربوية والاجتماعية. تتوفر أمكانية التعبير النقدي في وسائل الأعلام ولكن يحظر على وسائل الاتصال انتقاد السلطة الحاكمة.

أن وسائل الاتصال موجودة تحت ملكية عامه وملكية خاصة ، بالمقابل يوجد الحق للسلطة في تعين المسؤولين عن أي وسيلة اتصال ، كما أن هنالك قوانين تحد من حرية الصحافة وتمنع الدولة إصدار الصحف دون الحصول على رخصه، وبذلك أعطت الدولة نفسها حق مراقبه المواد المطبوعة ، وفرضت العقوبة على كل من ينشر المواد المحظورة .

لذلك أقتصر دور الصحافة في هذه الدول على مجرد كونها ناقلا للمعلومات من السلطة إلى الشعب ، دون أتاحه الفرصة لمناقشتها .

2. نموذج الحرية

في هذه النظرية لا ينظر على الفرد كخادم للسلطة ، بل ينظر أليه كانسان عاقل بإمكانه التمييز بين الخير والشر، ومن حقه التعبير عن رأيه .

حسب هذا النموذج هنالك استقلاليه تامة في اتخاذ القرارات لكل من السلطة والمواطن .

بإمكان وسائل الاتصال أن تغطي الأحداث التي تراها ملائمة باستقلاليه وبإمكانها انتقاد السلطة بحرية .

لا يوجد في هذا النموذج أي جهاز مراقبة لوسائل الاتصال ، لذلك فهو ليس قائم في أي دولة من دول العالم ، وهو قريب للإعلام الموجود في الولايات المتحدة الأمريكية حيث توجد بعض الضوابط والقوانين التي تقيد الأعلام وتخرجه من أطار الحرية المطلقة للإعلام .

3.نموذج المسؤولية الاجتماعية

بسبب الانتقاد لنظرية الحرية، والقول بأن الصحافة عملت على زيادة قوتها ونفوذها على حساب القيام بواجبها تجاه الجمهور، على الرغم من أن عليها مسؤوليات أساسية معينة للحفاظ على استقرار المجتمع، لقد تأثرت وسائل الأعلام من وجهات نظر بسبب ضغوط الشركات الكبرى التي سمحت للمعلنين بالتحكم بها وتوجيهها، فاستخدمت الإثارة والخوض في أخبار الجنس والعنف والجريمة مما أدى إلى إساءة الحرية أو مفهوم الحرية.

ولذلك كان لا بد من صنع نظام يردع هذه الظواهر، فأقيمت الاتحادات المهنية للصحافيين، وبدأت في أمريكا عام 1934 التي وضعت دستورا للعمل الصحفي وعمل وسائل الأعلام وثم تعداد مسؤولياتها الاجتماعية ، وينص الدستور على أن الحرية هي حق وواجب ومسؤولية في ذات الوقت، ومن هنا يجب أن ترى وسائل الأعلام أن للناس حق في المعرفة والاطلاع على ما يجري من أمور، وأن وسائل الإعلام مسؤولة عن تزويد الناس بالمعلومات واطلاعهم على الأحداث شريطة أن تعتمد وسائل الأعلام معايير مهنية للأعلام مثل: الصدق، الموضوعية، التوازن والدقة ، وأن تلتزم وسائل الأعلام بالقوانين وأن تكون تعدديه أي تعكس تنوع الآراء والأفكار في المجتمع من خلال إتاحة الفرصة للجميع للنشر والعرض.

وتهدف هذه النظرية إلى نقل التصادم إلى مستوى النقاش الموضوعي البعيد عن الانفعال كما تهدف إلى الإعلام والترفية والحصول على الربح، إلى جانب الأهداف الاجتماعية الأخرى .

ويحظر على وسائل الإعلام نشر أو عرض ما يساعد على الجريمة أو العنف أو ما له تأثير سلبي على الأقليات في أي مجتمع، كما يحظر على وسائل الإعلام

التدخل في حياة الأفراد الخاصة وبإمكان القطاع العام والخاص أن يتملكوا وسائل في ظل هذه النظريات ولكنها تشجع القطاع الخاص على امتلاك وسائل الإعلام.

4.النموذج السوفيتي (الشيوعية\ الاشتراكية)

إن الاتصال الجماهيري في ظل النظرية السوفيتية الشيوعية هو أداة للدولة، أن وسائل الإعلام فيها تعكس النظرية السوفيتية الشيوعية.

أن القائمين على الاتصال الجماهيري السوفيتي ليس لهم شخصيتهم المستقلة القائمة بذاتها، وشخصيتهم كما هي عليه هي شخصية الدولة، وهم أدوات تتبع بخضوع ويقظة خط الحزب وتوجيهات الدولة.

أن الاتصال الجماهيري متحد مع أدوات أخرى للدولة مثل المدارس والشرطة، ومع ذلك وبينما تعتبر الصحافة أداة للوحدة فهي تعتبر أيضا أداة الهام لتوفير التنوير والتوعية وتهيئة الجماهير للوحدة، ومن ثم لثورة، فالصحافة هي "محرض وداعيه ومنظم ". لا تخدم الجماهير بل وظيفتها إبلاغ الجماهير. أن وسائل الإعلام في الدولة حسب هذه النظرية هي هامة جدا بسبب أمكانية الوصول لإعداد كبيرة من الشعب .

أن المجتمعات الاشتراكية تفترض أنها طبقات موحده، وبالتالي لا وجود لصراع الطبقات فيها ، وعليه لا ينبغي أن تنشأ وسائل الإعلام على أساس التعبير عن مصالح متعارضة حتى لا ينفذ الخلاف ويشكل خطورة على المجتمع .

النظام المتبع في دولة إسرائيل

دولة إسرائيل تنتمي إلى النظام المختلط حيث يدمج بين مبادئ وأراء نموذج المسؤولية الاجتماعية ومن الناحية التنفيذية يتميز بالأساس بمبادئ نموذج السلطة حيث أن النظام المختلط ينادي بالحرية غير المطلقة لوسائل الإعلام

كما هو الحال في نموذج المسؤولية الاجتماعية.

نظرا لوجود القوات البريطانيه في البلاد سابقاً فهذا ساعد على بقاء أثار نموذج السلطة إضافة لوجود الدوله في وضعها المهدد بالخطر أجبر وسائل الإعلام التجند والتحالف مع الدوله للحفاظ على كيانها ووجودها فالوضع الأمني كان معقدا وبالتالي فإن دولة إسرائيل احتاجت لوسائل الإعلام حتى تجندها لخدمة مصالحها ونشر مبادئها للجمهور.

النموذج بإسرائيل هو نموذج خاص، حيث قام هذا النموذج بوراثة القوانين الاستبدادية من الاستعمار البريطاني الذي كان يسود المنطقة، ومن جهة أخرى فإن نشوء محكمة العدل العليا أدى إلى انتشار مبادئ حرية الصحافه واحترام أراء الآخرين واحترام الحرية ما دامت لا تمس بمبادئ ومصالح أخرى في الدوله .

تقييدات قانونية على حرية التعبير في إسرائيل

مرسوم الصحافة (1933)

اتفاقية أقرت سنة 1933 تتطرق للصحافة المكتوبة، وبعد إقامة الدولة نسبت الصلاحيات التي أقرت من خلالها لوزير الداخلية. بنود مرسوم الصحافة:

•عدم طباعة أو إصدار أية جريدة إذا لم يحصل صاحبها على ترخيص مسبق من السلطات.

•يجب الحصول على ترخيص للجريدة وللمطبعة.

•محرر الجريدة يجب أن يكون على الأقل بعمر 25 عاما وحاصل على شهادة بجروت معترف بها، يتكلم، يقرأ ويكتب بلغة الجريدة وبدون ماضي جنائي.

•يجب على الجريدة نشر جميع الإعلانات الرسمية التي تعطى لها من قبل

وزير الداخلية أو باسمه مجاناً.

•يحق لوزير الداخلية إنذار صاحب جريدة على نشره لمادة معينة وحتى يمكنه إغلاق الجريدة دون إنذار مسبق.

•يحق للمحكمة منع إصدار جريدة حتى 3 أيام بدعوى التحريض.

انظمة الدفاع (حالة الطوارئ 1945)

هي أنظمة تم سنها سنة 1945 من قِبَل الانتداب البريطاني لتعزيز مراقبة وسيطرة السلطة على الإعلام المطبوع بموجب هذه الأنظمة يجب الحصول على تصديق مسبق من الرقيب قبل نشر أي مادة مكتوبة (في الجريدة أو الكتب) البند رقم 87 في هذه الأنظمة يحق للرقيب الرئيسي أن يمنع نشر مادة قد تمس - حسب رأيه - بأمن الدولة وبسلامة الجمهور والنظام العام. أيضاً بناءاً على أنظمة الدفاع الرقيب نفسه هو الذي يقرر فيما إذا ارتكبت مخالفه لقوانين رقابة النشر وهو المخول بالحكم على الصحيفة بالغرامة أو بالإغلاق لفترة غير محدودة.

أمر منع النشر

أمر يصدر من المحكمة بناءاً على طلب الشرطة بعدم نشر معلومات معينة في وسائل الإعلام كونها قد تمس بمجريات التحقيق في قضية معينة أوامر منع النشر ترسل عند إصدارها لهيئات تحرير الصحف الكبيرة ولوسائل الإعلام المركزية في الدولة.

"بند رهن القضاء" من قانون المحاكم (صوب يودتسية)

في قانون المحاكم يوجد بند وبحسبة "يمنع نشر أي موضوع لا يزال قيد النظر في المحكمة، إذا كان في هذا النشر ما يؤثر على سير المحاكمة ونتائجها". هذا

القانون يحافظ على المتهم من الحكم علية على يد الصحافة والإعلام (كلمة صوب يدتسية أصلها لاتيني ومعناها مُعَلّق).

التحريض

في إسرائيل موضوع التحريض مذكور في قانون العقوبات والذي يفصل أية أنواع للتحريض تعتبر مخالفة جنائية:

• التحريض على التّهرب من الخدمة في الجيش.

• تحريض جندي على عدم الانصياع لأمر قانوني.

• التحريض على العنصرية: أي نشر مواد بهدف التحريض لملاحقة، إذلال، تعذيب أو استعمال العنف ضد جمهور أو قسم منه وذلك بسبب لونه أو انتمائه لمجموعة عرقية أو قومية.

• التحريض على العنف أو الإرهاب وتعني نشر دعوة، مدح، تأييد أو تشجيع لعمل أو مخالفه قد تمس بجسم إنسان أو تعرضه لخطر الموت أو الإصابة، وبناءاً على المضمون الذي نشر والظروف التي نشر بها هناك احتمال كبير بأن تحصل الإصابة.

• التحريض على القيام بأعمال عدائية ضد دولة صديقة.

• التحريض على الامتناع من تسديد الدفعات الإلزامية.

لإثبات تهمة التحريض يجب إثبات وجود احتمال موضوعي وكبير أن المواد المنشورة قد تتحول إلى أعمال فعلية، كذلك مطلوب إثبات النية الواضحة للكاتب لتحقيق نتائج إجرامية التي يجب منعها.

الرقابة العسكرية

الرقابه العسكرية هي اتفاقية بين لجنة المحررين وبين السلطة وقد تم الموافقة عليها رغم الصراعات العديدة بين المؤسسة السياسية والإعلامية. وسائل الإعلام قبلت فرض التعقيدات لاعترافها بوجود صراع بين قيم أساسية:

الحاجة في ضمان حرية التعبير والمعلومات كقيمة ديمقراطية أساسية.

الحاجة في الحفاظ على المصالح الهامة للدولة وفي مقدمتها أمن الدولة.

يتم تشغيل الرقابة عن طريق جسم عسكري يقف على رأسه ضابط جنرال في الجيش يتم تعينه من قبل وزير الدفاع وقائد الأركان. أهم صلاحيات الرقيب منحت له في البنود 87 و 88 من أنظمة الدفاع حيث يحق للرقيب الغسكري أن يمنع نشر مادة قد تمس – حسب رأيه – بأمن الدولة وسلامة الجمهور والنظام العام. أيضاً بناءاً على أنظمة الدفاع الرقيب نفسه هو الذي يقرر فيما إذا ارتكبت مخالفه لقوانين رقابة النشر، وهو المخول بالحكم على الصحيفة بالغرامة أو بالإغلاق لفترة غير محدودة.

اتفاقية الرقابة العسكرية اقترحت من قبل لجنة المحررين ولكن مرت بعدة تعديلات منذ أن وقعت للمرة الأولى عام 1949 ومصدر قوتها هو الاتفاق وليس القانون.

بناءاً على الاتفاقية تلتزم وسائل الإعلام بعدم نشر المعلومات التي أمر الرقيب العسكري بعدم نشرها.

اتفاقية الرقابة تشدد أن هدف الرقابة العسكرية هو منع نشر معلومات أمنية قد تساعد العدو أو تمس بأمن الدولة ومن أجل تحقيق هذا الهدف يجب التعاون بين الجيش والإعلام.

أهم البنود في اتفاقية الرقابة بناءاً على اتفاقية تم إبرامها عام 1966

1. لا تسري الرقابة على مواضيع سياسية، على آراء، تحليلات وتقديرات إلا في حالة استخلاص معلومات أمنية من النشر. هذا البند مهم جدا حيث أن الإعلام لا يمكنه الاستغناء عن وظيفة التحليل التي تعتبر وظيفة هامة للإعلام والصحافة.

2. إقامة لجنة ثلاثية التي تضم ممثل عن الجيش وممثل عن لجنة المحررين وممثل عن الجمهور شرط أن يكون مقبول على الممثلين الآخرين. ممثل الجمهور هو رئيس اللجنة.

وظيفة هذه اللجنة هي سماع اعتراضات الصحفيين والرقابة وتقدير العقابات التي يجب رضها. قرارات اللجنة تقدم لقائد الأركان للمصادقة عليها وكل قرار يكون مقبول على الثلاثة أعضاء لا يمكن تغييره. على اللجنة أن تجتمع في أقرب وقت ممكن خلال 48 ساعة بعد التوجه إليها وعليها إنهاء النقاش خلال 24 ساعة عمل هذه اللجنة سري وليست ملزمة بشرح وتبرير قراراتها بشكل علني.

يلتزم الرقيب العسكري بناءاً على الاتفاقية فقط بإلغاء الأخبار الأمنية التي يمس نشرها بأمن الدولة (وعدم إلغاء آراء الصحفيين) بالمقابل يلتزم الصحفيين بتمرير كل مادة متعلقة بأمن الدولة إلى الرقيب.

وهذه بعض المواضيع التي يجب تقديمها للرقابة قبل نشرها:

الجيش والجهاز الأمني

المصانع التابعة للجهاز الأمني

جهاز الاستخبارات

"العدو"- جيوش الدول العربية ومنظمات إرهابية

قانون منع القذف والتشهير- (تشويه السمعة)

هو حق الإنسان بعدم تشويه سمعته وعدم المس بها بدون مبرر، وان أهم ما يتناوله الإعلام والقانون هو الاتزان بين حرية التعبير وبين المصلحة الاجتماعية وعلى ضوء ذلك نستطيع إن نحدد المصالح الاجتماعية المعارضة منها والمؤيدة إلا وهي الحق في الحرية عن التعبير مقابل حق الإنسان في سمعته الحسنه، فمن حق الإنسان إن لا تشوه سمعته وان لا يهان وان لا يكون موضع سخرية: قانون منع التشهير الذي سن سنة 1965 جاء بهدف تسوية هذا التوازن وتحديد متى يجب الحد من حرية التعبير بسبب الرغبة في الدفاع عن سمعه الإنسان.

إن جوهر الصدق في النشر يعتبر امرأ حاسما وقد يكون دفاعا يستعمله الناشر ضد الشخص الذي شوهت سمعته بسبب هذا النشر.

هناك حالات تدل على وجود تضارب بين الحق في الخصوصية والحق في السمعة الحسنه وبين حقوق أخرى- منها مثلا حق الجمهور في المعرفة وحرية الحصول على المعلومات وحرية التعبير، وتظل هناك أفضلية للحق في الخصوصية والسمعة الحسنه.

ينص قانون منع التشهير كما يلي:

1- عدم القيام باهانة أي إنسان والمس بكرامته.

2- عدم تحقير أي إنسان بسبب عمله أو صفات أخرى تنسب إليه.

3 - عدم المس بوظيفته أو مهنته.

4 - عدم تحقير إنسان بسبب أصله أو ديانته.

قانون منع القذف والتشهير يبحث بكل ما يتعلق بالمس في السمعة الحسنة للإنسان أو لجهاز.

هذا القانون يحاول حماية الإنسان من محاولة تشويه سمعته الحسنة في وسائل الإعلام، حيث يحق للإنسان إن يحافظ على سمعته وأن لا يُهان وأن لا يكون موضع سخريه هذا القانون سُن عام 1965 في محاولة لتحقيق التوازن بين حرية التعبير والحق في الحفاظ على السمعة الحسنة.

القانون يحدد المسؤولية من جراء التشهير كمخالفه جنائية أو إجحاف أي انه من الممكن رفع شكوى ضد مصدر التشهير في دعوى مدنيه ومطالبته بتعويضات ماليه كما ومن الممكن إن تُقدم ضده لائحة اتهام جنائية والحكم عليه بالسجن.

يحدد القانون إمكانية الدفاع عن النشر في ظروف معينه والتي قد تؤدي إلى إعفاء المتهم من ضرورة التعويضات أو من عقوبات جنائية.

من اجل الدفاع عن النشر يجب الإثبات أن مضمون ما نشر هو صحيح وأنه يوجد في النشر مصلحة عامه أي حق الجمهور في معرفة المادة التي نشرت، أو في حالة أن النشر تم عن حسن النيّة.

السؤال المهم هو على من ملقاة مسؤولية الإثبات في قضية التشهير؟

كما وبكل إجراء قانوني فالسؤال المهم للإطراف المتناقشة هو أي حمل من الإثبات ملقى على كل واحد من الإطراف كي يفوز بالحكم لصالحه.

1. في القضية المدنية على المدعي أن يثبت فقط بأنه كان هناك نشر وانه حقا ملائم لتعريف التشهير حسب القانون وان هذا النشر وصل إلى عيون شخص واحد أخر على الأقل سواه.

2.في القضية الجنائية على المدعي إن يثبت بالإضافة إلى مجرد النشر كما قيل أعلاه أن النشر وصل إلى شخصين آخرين على الأقل سواه أما بالنسبة للمُدّعى عليه فمهمته أصعب إذ عليه أن يثبت بان النشر قد وصف شيئا صحيحا وحقيقيا ويخدم المصلحة ألعامه أو أنه نشر ذلك عن حسن نية بناءً على تعريفات القانون.

قانون حماية الخصوصيات

في المجتمع الديمقراطي يوجد حق أساسي لكل إنسان وهو "الحق في الخصوص" وبموجبه يحق للإنسان أن تكون مجالات معينة في حياته ملكاً له وحده لا ملكاً عاماً وان لا يتم نشر أية تفاصيل خاصّة عنه دون موافقته بشكل صريح الحق في الخصوصية موجودا في القانون الإسرائيلي من خلال قانون كرامة الإنسان وحريته وقانون حماية الخصوصيات.

قانون حماية الخصوصيات يحاول الحفاظ على التوازن عند تضارب الحق في الخصوصية مع حقوق أخرى كحرية التعبير.

قانون حماية الخصوصيات سُنّ عام 1981 والبند الأول فيه يستعرض الطرق التي يمكن من خلالها المس بالخصوصية:

- منع تصوير الإنسان عندما يكون في ملكيته الخاصة
- عدم نشر صورة إنسان في ظروف من الممكن أن تهينه وتحقره
- منع تصوير محتوى رسالة أو استخدام محتوياتها دون الإذن بذلك من الشخص الذي بعثت إليه الرسالة أو من المرسل.
- استخدام خبر حول شؤون الإنسان الخاصة وليس للهدف الذي أرسل لأجله.

• منع نشر موضوع يخص نواحي سريه لحياة الإنسان الشخصية أو حالته الصحية أو سلوكه في المجال الخاص.

قانون حماية الخصوصيات يحدد المس بالخصوصيات كمخالفه جنائية أو إجحاف مدني ومن الممكن رفع دعوى قضائية ضد الشخص أو الجسم الذي قام بالمس وفرض عقوبات عليه.

بموجب القانون، ممنوع المس بخصوصيات الإنسان إلا في حالة وجود مصلحة عامّة في النشر أي أن المواد المنشورة هي "قضية جماهيرية". أيضاً القانون يتطرق لحسن النية كدفاع عن المس في الخصوصية، أي عندما يتم المس عن حسن نية. على سبيل المثال ظهور صورة شخص في المجال العام عن طريق الصدفة.

أخلاقيات الصحافة

إن كل مجموعة مهنية كالمحامين، الأطباء، صحافيين وأخصائيين نفسيين تسعى في إقامة نقابات مهنية تمثلها وتضع لنفسها قواعد سلوكية محددة (ما هو أخلاقي وما هو غير أخلاقي؟ ما هو عادل وما هو غير عادل؟، ما هو مقبول وما هو مقبول غير مقبول؟) مجلس الصحافة في إسرائيل هو جسم يمثل الصحافيين.

سعى مجلس الصحافة في بلورة وتبني دستور الأخلاقيات المهنية لجميع الصحافيين في إسرائيل، حيث مؤسسة الإعلام في إسرائيل خاضعة لهذا الدستور إن هذا الدستور يرتكز على قضايا تتعلق بما هو جيد وما هو غير جيد، ما هو منصف وما هو غير منصف، ما هو سلوك مسؤول وأخلاقي وغير ذلك من القضايا المسلكية.

هذا الدستور شهد تغييرات جديدة وتحولات عديدة منذ صياغته حتى اليوم ويسود الاعتقاد بأن هذا الدستور يرتبط بحيث المضمون بالمناخ السياسي

الاجتماعي والثقافي للمجتمع الذي نشأ فيه هذا الدستور.

أخلاقيات المهنة تختلف عن القانون وذلك بأنها لا تلزم الصحافي من ناحية قانونية إلا أنها تضع قواعد وتدابير داخلية بعكس القوانين واللوائح والأوامر وكل ما يصدر عن السلطة التشريعية والتنفيذية والتي تلزم الصحافيين وتعاقبهم في حالة عدم التزامهم للقانون.

حسب دستور أخلاقيات المهنة للصحافيين، ينبغي على الصحافيين العمل والتحرك من خلال إيمانهم بأهمية حرية التعبير والصحافة، فهم ملزمون على حماية حرية التعبير والحفاظ على مراعاة الدقة في جمع المعلومات وكيفية نشرها اتجاه الجمهور، كما ينبغي على الصحافيين التمسك بمستوى مهني رفيع وإظهار مسؤولية اجتماعية وتفسير الأمور بما يتوافق ويتلاءم مع الوقائع وتجنب الاستنتاجات الغير سليمة.

إضافة إلى ذلك هنالك بند آخر وهام يمنع التحريض، الإساءة، اتهام الآخرين على خلفية شخصية، عرقية، دينية دون إثبات مادي فهذا يتعارض مع مبادئ الأخلاقيات المهنية للصحافة.

دستور أخلاقيات الصحافة:

• ينبغي على الصحفي عدم نشر مصادر معلوماته وعدم إلزامه في الكشف عن هوية كاتب المقال.

• عدم نشر مواضيع غير حقيقية مع معرفة مسبقة بعدم صحة هذه المعلومات حتى لو كان النشر ضروري، يجب التأكد من صحة المعلومات قبل النشر.

• عدم إخلاء وعد عدم نشر مقال أو معلومة إخبارية إذا تم الوعد بذلك.

•من الممكن إلغاء وعد عدم نشر إذا كانت القضية قضية جماهيرية.

• يجب التمييز بين المعلومات والآراء، يجب عرض تحليلات وتعليقات التي تلاءم الحقائق التي عرضت من أجل منع استخلاص النتائج الخاطئة.

• عدم نشر معلومات خصوصية عن أي شخص أو عن عائلة إلا إذا كانت المعلومات لها أهمية جماهيرية.

•يجب الحذر من عرض مخالف للقانون كانسان متهم أو تبرير أعمال الإجرام أو المس في الضحايا.

•عدم حصول الصحفي على هدايا وجوائز ورحلات مجانية ومعاملة خاصة مقابل كتابة الصحفي مقالات أو تقارير أو مقابل نشر معلومات معينة، وكذلك عدم نشر أي معلومات تأتي حسب اقتراح أو دعوة من المؤسسات أو الشخصيات التي تقوم بتغطية صحفية عنهم، أي عدم حصول الهدايا والجوائز إلا من المؤسسة التي يعمل فيها الصحفي وعدم ارتباط وظائفه بعوامل ومؤسسات خارجية.

•تجنب نشر معلومات متعلقة في الخلفية العرقية والطائفية والدينية، يسمح نشر ذلك فقط إذا كان ذلك متعلقا بشكل مباشر بموضوع النشر.

•عدم نشر صور أطفال إلا بموافقة الأهل، عدم تصوير مرضى في المستشفيات العقلية. كما انه يمنع نشر تفاصيل عن أشخاص أو صور لهم إلا بموافقة مباشرة من الأهل.

لجنة المحررين

هي جسم ينسق بين وسائل الإعلام المكتوبة والمسموعة وبين جهات الأمن في الدولة. يمثل اللجنة مندوبين عن وسائل الإعلام العبرية في إسرائيل تستثني الصحف العربية والصحف الأجنبية. يجتمع أعضاء اللجنة بشكل منتظم مع رئيس الحكومة، الوزراء، كبار ضباط الجيش وكبار موظفي الجهاز الأمني الذين يمررون معلومات للجنة مقابل الضمان من قبل الأجسام الإعلامية بعدم نشرها حتى فيما لو حصلوا على هذه المعلومات من مصادر أخرى.

تأسست هذه اللجنة سنة 1942 بمبادرة من محرري الصف الذين طالبوا بتوجيه من إدارة الاستيطان الصهيوني (قبل قيام الدولة) بما يتعلق بنشر معلومات حول قضايا أمنية حساسة لطرد قوافل المهاجرين الغير شرعية وتحركات الجيش.

1948 تمت تعديلات في تركيبة اللجنة ونشاطها ونظامها الداخلي حيث تم تحديد نظام داخلي حول الرقابة. هذا النظام الجديد الذي أقر تناول موانع ومحاذير حول طرق أساليب تقرير الصحفي حول تحرّكات الجيش وزعماء الاستيطان العبري، إلا أن المحررين اعترضوا على بند معين الذي ينص على منع نشر معلومات من شأنها أن تثير الفزع.

في شهر ماي 1948، مع قيام الدولة ورثت الحكومة قوانين طوارئ لعام 1975 زمن الانتداب، وأيضا الصلاحيات الموسعة للرقابة التي منحت بحكم ذلك القانون للحكومة، حيث يستطيع الرقيب العسكري استخدام صلاحياته بشكل موسع، في صيف 1948 تم إغلاق صحيفة "על המשמר" و"ידיעות אחרונות" لعدة أيام وذلك على خلفية استغلال تلك الصحف لأغراض سياسية على ضوء ذلك

كانت هناك حاجة ملحة بإبرام اتفاق جديد بين الصحف وبين سلطات جيش الدفاع الإسرائيلي بهدف تنظيم العلاقة بين الطرفين. بمقتضى ذلك الاتفاق اتسع نشاط الرقابة بحيث يشمل منع تسلل معلومات أمنية بشكل قد يمس بأمن الدولة، في هذه الحالة تمت إمكانية تسوية الخلافات التي يمكن أن تنشأ بين الرقابة من جهة والصحف من جهة ثانية.

1950 تم توقيع اتفاق بين لجنة المحررين وبين الرقابة العسكرية بموجبه التزام الرقيب العسكري بعدم ممارسة صلاحياته ضد الصحف الأعضاء في اللجنة بالمقابل التزام تلك الصحف بعدم الاعتراض على قرارات الرقيب أمام محكمة العدل العليا.

بعد أن أصبح هذا الاتفاق مريحا لكلا الطرفين: حظي المحررين بان يكونوا "مشاركي السر" ويحظون بحصانة من فرض قوانين الرقابة ضدهم، أما الحكومة فتلتزم بعدم نشر أخبار للجمهور تعتقد بضرورة فرض السرية عليها (هذه التسوية حظيت بردود فعل متشددة من قبل أوساط عديدة ادعت بان الحكومة اتخذت من هذه التسوية ذريعة إخفاء المعلومات في الوقت الذي ترى دور الصحافة هو تأدية كلب الحراسة للديمقراطية وكشف اللثام عن المعلومات).

على خلفية هذا الاتفاق تم توثيق التعاون بين الصحافة وحكومة إسرائيل حيث بدأ الصحفيون بفرض رقابة ذاتية في بعض الحالات خصوصا تلك الحالات التي تعتبر من قبل الرقابة على أنها حالات حساسة وعلى جانب كبير من الإشكالية ومن هذه الحالات حرب أكتوبر عام 1973 حيث منع وزير الدفاع "موشي ديّان" ورئيس الأركان "دادو" من نشر معلومات للجمهور تتعلق بمعلومات عسكرية لجيوش مصر وسوريا.

رغم أن هذه الحشودات لم تكن سرا عسكريا ومعظم التقارير الصحفية كانت قد تناولت هذه التحركات العسكرية ولقد برر ذلك برغبة الحكومة بعدم تفكير صفو الأجواء العامة عند الجمهور وعدم إثارته وعدم خلق حالة من الهستيريا العسكرية خصوصا في ظل تقريرات الاستخبارات العسكرية بان الاحتمالات بنشوب حرب ضئيلة جدا.

لقد شهدت سنوات 80و 90 أحداث مهمة وحاسمة، منها: قضية صفقة تبادل الأسرى مع احمد جبريل وقضية اختطاف الجاسوس "מרדכי ואנונו" وقضية "خط 300" 1984، حيث قامت صحيفة "חדשות" بنشر صورة تثبت أن اثنين من المحررين الذين اختفوا كانوا على قيد الحياة عندما تم اقتيادهم من الباص وعلى أثر نشر هذا قام الرقيب العسكري بإغلاق الصحيفة لأربعة أيام وتقديم رئيس التحرير للمحاكمة إلا انه 1993 تم تبرئة ساحتهم في المحكمة المركزية التي أقرت أن اعتبارات الرقيب العسكري مست بشكل خطير بحق الجمهور في المعرفة ومن الجدير بالذكر أن لجنة المحررين استجابت بطلب الحكومة بعدم نشر تفاصيل لجنة "זורע" التي تم تشكيلها في أعقاب أحداث "خط 300".

إن التغطية الإعلامية لأحداث الانتفاضة الأولى من قبل وسائل الإعلام العالمية أظهرت للجيش بشكل قطعي من الناحية الإعلامية أنه من المفضل التعامل مع الإعلام الأمريكي في حرب الخليج الأولى 1991.

منعت الرقابة العسكرية 1992 بنشر تفاصيل حول حادثة التدريبات العسكرية التي عرفت باسم "צאלים ב'" حيث قتل فيها خمسة جنود من جيش الدفاع ومنعت وسائل الإعلام من تغطية الحدث، خصوصا تواجد رئيس الأركان "אהוד ברק" إلا أنه تم تسريب الخبر لوسائل الإعلام الأجنبية ونشر فيما بعد في إسرائيل على أثر تعاطي وتعامل الرقابة العسكرية قامت صحيفة هآرتس بالانسحاب من اتفاقية

الرقابة ثم لحقت بها صحيفة "ידיעות אחרונות" وهكذا انهار الاتفاق في عام 1996 تم توقيع اتفاقية جديدة سعت في تصحيح العيوب الرئيسية في الاتفاق السابق ومنها الحد من نفوذ وصلاحية الرقابة حيث أصبحت للرقابة الحق فقط في منع نشر المعلومات أمنية من شأنها وبشكل قطعي المس بأمن الدولة بالمقابل تعهد بإعطاء وسائل إعلام الحق بالتوجه التماس لمحكمة العدل العليا ضد قرارات الرقابة.

وثيقة نكدي 1972

تم نشر الوثيقة من قبل لجنة من عاملي سلطة الإذاعة والتلفزيون برئاسة "نكدي مون روجيل" تشمل هذه الوثيقة ميثاق الأخلاقيات المهنية للصحافة ووسائل الإعلام الالكترونية حيث تؤكد الوثيقة المسؤولية الاجتماعية والمهنية للصحفي كما يظهر ذلك بالقواعد والتدابير الموجه ومنها الفصل بين الوقائع والآراء، التوازن، الموضوعية والحيادية، الدقة والمصداقية الامتناع عن الفبركة وحماية الإنصاف في المهنة.

لقد تمت صياغة هذه القواعد والمبادئ من خلال مبادرة كبار مسؤولي سلطة الإذاعة والتلفزيون الذين سعوا نحو تثبيت استقلاليتهم الصحافية أمام المؤسسة السياسية الحاكمة وإزاء ضغوطات وقيود سلطة الإذاعة بنود 2 و4 لقد أرادوا بذلك اتخاذ إجراءات استثنائية وذلك من خلال بلورة ميثاق أخلاقي مفصل يوجه العاملين في جهاز الإعلام الالكتروني.

الرقابه الذاتية

الرقابه الذاتية هي الوضع الذي يقوم به مالكي وسائل الإعلام، محررين وصحفيين، باتخاذ القرار حول المواضيع التي ستتم تغطيتها وأي المواضيع التي لا

تتم تغطيتها أي أن الجمهور لن يعرف عن وجود هذه القضايا.

فرض ألرقابه الذاتية كهذه هي نتيجة لقرار ذاتي والذي ينبع بشكل عام من مصالح اقتصاديه وليس من مصالح ودوافع قوميه أو عامه لصالح مواطني الدوله. من الممكن أن تشغل ألرقابه الذاتية على تقرير معين أو مضامين معينه.

الخطورات النابعة من الرقابه الذاتية

1.المس في حرية التعبير في ألدوله: وظيفة وسائل الإعلام هي أن تمنع نظام الحكم من أن يتحكم بوسائل الإعلام وذلك بغيه تأمين حق الجمهور في المعرفة وأخذ معلومات دون تشويش قد يسبب الوضع الجديد بالمس بحريه التعبير لدى مواطني ألدوله والمس في حقهم بكسب المعلومات، وهنا المقصود في تقييدات داخليه وإدارية فان وسائل ألإعلام تأخذ على عاتقها حق المعارضة لذلك تماما مثل حالات الرقابة ألعسكريه حيث ينزع من الصحفي وجمهور المواطنين حق المعرفة بوجود هذه الأحداث .

2.المس في أداء الإعلام والصحافة في ألتغطيه الإعلامية: الاعتبارات المختلفة لمالكي الإعلام اتجاه المواضيع التي يجب تغطيتها تنبع من اعتبارات اقتصاديه واعتبارات خاصة بالحكم والقوه السياسية من اجل نفسهم وليس من اجل الشعب التي قد تمس في وظيفة وأداء الصحفيين والعمل الصحفي .

3.المس في المضامين الإعلامية: ملاحقه مقياس الشعبية ونسبه المشاهدين تؤدي إلى تعدديه وزيادة مضامين الترفيه في وسائل الإعلام المختلفة وهنا تنبع الخطورة أن مالكي الإعلام يمتنعوا من إنتاج برامج محققه وجديه وذات جوده وأفلام وثائقية مختلفة والتي لا تتوجه للجمهور الواسع حيث أن هذه البرامج لا تجلب نسبه مشاهده عاليه ولا تجذب المعلنين .

الإعلام الإسرائيلي في وقت الازمات / الإرهاب

في أوقات الازمات والحروب يواجه الصحفيون كل يوم صراعات مختلفة وكثيرة، منها الإرادة في تكتيل الشعب مقابل الإرادة في توجيه النقد.

بحث البروفسور "جابي فايمن" أداء الإعلام في حملة "حومات ماجين"، فقد قام بفحص الحوار الإعلامي في أداء الإعلام والضغوطات والتخبطات التي انتابت الصحافيين في الحملة.

وجد فايمن أن هنالك عشر صراعات يواجهها الصحافيين في تغطيتهم للأزمات والحروب:

حق حرية التعبير مقابل الأمن القومي.

حق حرية التعبير هو أحد حقوق الإنسان الأولية والأساسية. يعني هذا الحق أن لكل إنسان حقا في أن يحمل الآراء الخاصة به ويعبر عن نفسه بدون قيود، كما أن له الحق أيضا في تلقي ونقل المعلومات في كل وسائل الاتصال، ولكن علينا تقييد هذا الحق حتى في أيامنا العادية وليس فقط في أوقات الأزمات والحروب وذلك بسبب منع التحريض السياسي أو الديني، بينما تقييد هذا الحق في أوقات الأزمات والحروب هو من أجل الحفاظ على الاستقرار الاجتماعي فبسبب ذلك الصحافيون متواجدون أمام الصراع في تحقيق حرية التعبير أم الحفاظ على الأمن القومي.

وظيفة الإعلام كمراقب للحكومة وأذرعتها مقابل رغبته وحاجته للحفاظ على الاستقرار الاجتماعي.

من وظائف الإعلام هي مراقبة الحكومة، أي كشف تقصيرات السلطة وتشكيل الرأي العام، لكن في أوقات الأزمات والحروب مطلوب من الإعلام عدم توجيه النقد

للحكومة أو تأجيله. هذا الطلب ليس أمرا من "الأعلى" أو من "الخارج" إنما نابع من وعي ذاتي لدى الصحفي وضبط داخلي لديه في تأجيل توجيه النقد لأن كثرة الانتقادات في أوقات الأزمات والحروب تفهم كخيانة للدولة.

الصحفي كمواطن مقابل الصحفي كصاحب مهنة.

إحدى الصراعات التي يواجهها الصحفي في وقت الأزمات هي تعريف نفسه كمواطن مخلص للدولة وكصحفي صاحب مهنة. السؤال الذي يسأله لنفسه: هل المهنة الصحافية تطور واجباته اتجاه الدولة، وبذلك تطلب تعتيم إعلامي لأبعاد حدث ما ممكن حدوثه، بما انه مسبب لخطر أمني ويضر في الأمن القومي أم تطور واجباته اتجاه المهنة الصحافية؟

وسيلة الإعلام: جسم رسمي جماهيري أم تجاري هدفه الربح.

كثرة وسائل الإعلام التجارية و"خصخصة" الإعلام تطرح سؤال الملكية الاجتماعية: هل الإعلام هو مصلحة مثل أي مصلحة أو بسبب كونه ملكية خاصة يُعتبر مُلك جماهيري الذي مفروض عليه واجبات قومية- اجتماعية التي تتعدى اعتبارات المنافسة التجارية؟

المحيط التجاري والمنافسة تخلق جو من الصراع على التغطية الإعلامية وتطور الاعتبارات الحصرية ونسبة المشاهدة (rating) بين وسائل الإعلام والقنوات التلفزيونية على حساب الاعتبارات القومية.

الإعلام هل هو مرآه تعكس الآراء أم أنه منبر للحوار الاجتماعي.

من أجل المحافظة على الإجماع في أوقات الأزمات والحروب على الإعلام عكس الآراء فقط على الرغم من وظيفته كمنبر للحوار الاجتماعي.

أداء الإعلام في وقت الازمات

الباحث " لاسويل " أشار إلى 5 وظائف أساسية لوسائل الإعلام ، وهي :

1. تغطية الأحداث المحلية والعالمية (סיקור סביבה): إعطاء معلومات حول ما يحدث في البلاد والعالم (مثلا تقارير عن قرارات الحكومة وردود فعل الناس رشاوى في مكاتب عامة وأخبار عالمية)، معلومات وأخبار عن شخصيات هامة، (مثلا أقوال رئيس الحكومة عن الانتخابات المقبلة، عن العلاقات مع الولايات المتحدة) وهذا يشمل أيضاً إعطاء الجمهور معلومات التي من شأنها أن تساعده في حياته اليومية، أمثلة: النشرة الجوية، تقارير عن حالة السير والطرقات، إعلانات عن مكاتب الحكومة المختلفة، نصائح بخصوص استهلاك منتجات معينة إعلانات عن وظائف شاغرة.

2. التسلية والترفيه (בידור): تسلية الجمهور ومساعدته لقضاء وقتا ممتعاً وإزالة الضغوطات اليومية عنه . هذه الوظيفة تؤديها أفلام السينما والتلفزيون المسلسلات التلفزيونية، برامج المسابقات والموسيقى، الأغاني المصورة، الكتب وبالأخص القصص.

3. التحليل والتعليق (תיאום): إعطاء الجمهور تفسيرات وتحاليل حول الأحداث التي تذكر في الأخبار، مثل تحليل الأسباب لارتفاع سعر الدولار، تأثير العمليات التفجيرية على المفاوضات وعلى عملية السلام.

4. الاستمرارية (המשכיות): نقل الحضارة، العادات والتقاليد والدين من جيل إلى جيل مثل طباعة كتب الدين، مجلات عن حضارات الشعوب، برامج عن الفلكلور وغيرها.

5. التجنيد (גיוס): (الإقناع) تجنيد الرأي العام أي محاولة التأثير على آراء الجمهور، مشاعره وتصرفاته. التجنيد ممكن أن يكون لأهداف تجارية مثل الإعلان عن منتجات استهلاكية ، أو لأهداف سياسية مثل الدعايات الانتخابية لحزب معين التي تحاول التأثير على الناخبين لكي يصوتوا للحزب. هنالك محاولات من قبل الدولة أو منظمات عامة لتجنيد الجمهور للتصرف بشكل مسؤول في مواضيع هامة مثل: الحذر على الطرقات، التغذية الصحية، المحافظة على نظافة البيئة.

تكبر وظائف الإعلام في وقت الازمات مثل: حرب، كارثة طبيعية واغتيال قائد ما.

ادعى شارم أن هنالك ثلاث اداءات يؤديها الإعلام في وقت الأزمات والتي تساعد أيضا على الاستقرار الاجتماعي في وقت الازمات :

إعطاء معلومات.

1. تحليل المعلومات وتنبؤات أخرى.

2. المساعدة في التأقلم مع الحزن والألم والصدمة.

وظائف الإعلام في وقت الأزمات

1. تغطية الأحداث المحلية والعالمية: هذه الوظيفة المركزية التي يؤديها الإعلام في وقت ألازمات كالحروبات، اغتيالات، عمليات إرهابية وغيرها. وسائل الاتصال تقطع برامجها العادية وتنشر معلومات عن ألازمة. تغطية الأحداث وظيفة مهمة لأنها تعطي المشاهدين المعلومات الصحيحة والدقيقة والسريعة وتمنع من تسرب معلومات خاطئة بين الجمهور. بشكل عام اليوم وفي ساعات قليلة تنقل وسائل الإعلام معلومات عن عملية تفجيرية، سقوط التوأمان، اغتيال رابين

حرب العراق، حرب لبنان، اصطدام المروحتين وغير ذلك. في المرحلة الأولى من نقل المعلومات تحاول وسائل الإعلام نقل معلومات أولية أساسية (الميمات الخمسة) مثلا عند وقوع عملية تفجيرية: مكان العملية، تقييم عدد القتلى والجرحى، من متحمل المسؤولية، أرقام هواتف في المستشفيات التي استقبلت المصابين... كل فترة الازمة أداء هذه الوظيفة مهم جدا لأنه دائما يوجد حتلنات وظهور معلومات وتفاصيل جديدة.

2. التحليل والتعليق: إضافة لحاجة المشاهدين في المعرفة بما يدور من حولهم وخاصة في وقت الأزمات هنالك حاجة لديهم في سماع تحليل حول الموضوع، مقابلات مع أخصائيين الذين يحاولون إعطاء تفسيرات لما يحدث، ما هي أبعاد وتأثيرات الحدث.

مثال: في وقت الحرب بجانب المذيعين في الأستوديو متواجدون دائما خبراء في موضوع مختلفة: في حرب العراق دائما يوجد محلل وخبير في مواضيع متعلقة في العراق، خبير في الأسلحة الكيميائية والبيولوجية محلل سياسي هذه الوظيفة مهمة جدا من اجل تهدئة الجمهور لأن جزء منه يعيش في حالة من القلق وبحاجة لمن يهدئه ويفسر له الحقائق ويساعده على تحليل ماذا سيحدث في المستقبل مثال: بعد اغتيال قائد الجمهور بحاجة لتفسير عن إكمال الطريق من سيكون البديل وماذا سيحدث في الدولة بعد الاغتيال.

تجنيد: ربما في وقت ألازمات الوظيفة المركزية التي يؤديها الإعلام هي تجنيد الناس حول نفسهم وحول الحكم، وذلك عن طريق مشاركة الناس في التجربة. يحاول الإعلام غرس التعاطف الاجتماعي من خلال تخفيف الخوف والتوتر وأحيانا من خلال أداءها تقوم بدور القائد عند عدم وجوده. الإعلام يغرس التكتل بين الناس من خلال "توسيط الأسى"، هذه وظيفة مهمة خاصةً عند

اغتيال قائد محبوب ذو شعبية أو من خلال كارثة التي فيها الكثير من القتلى والجرحى الإعلام يحاول تمرير رسالة للناس أننا "كلنا شركاء في الأسى" وخاصة للعائلات التي فقدت أشخاص منها في الازمة. مثل: الأم الثكلى، يشكل التلفزيون في وقت الأزمات وسيلة لمشاركة العائلات الثكلى أحزانها، وسيلة لتهدئة المشاعر وخاصة الغضب، تنقل صور مراسيم الدفن، التابوت المغطى في علم الدولة الأرامل وأفراد العائلات الثكلى وأصوات البكاء. الأيام الأولى من الازمة تتميز في معدل عال من ساعات المشاهدة، المشاهدين رافقوا تابوت رابين للكنيست، وشاهدوا مئات الآلاف من الناس المشاركين في مراسيم الجنازة، مراسيم الجنازة والدفن بهذه الطريقة يحاول الإعلام تجنيد المشاهدين وإعطائهم الشعور بأنهم جزء من الحدث مشاهدتهم لنفس الصور في التلفزيون وفي الوقت يعطي المشاهدين الشعور أنهم جزء من مصير المصابين في الازمة. يحاول الإعلام في تجنيد الجمهور من خلال البحث عن المذنب والعدو.

3. الاستمرارية: في وقت الازمات الجمهور بحاجة في الشعور أن كل شئ على ما يرام والوضع مستقر. يحاول الإعلام المحافظة على استقرار الوضع القائم، والمحافظة على الاستمرارية وهكذا الحدث يهدد الوضع القائم- لكن الازمة تحافظ على الاستقرار الاجتماعي والجماهيري. صدمة الناس والتخوف من المستقبل مترجم على يد المؤسسة الإعلامية والسياسية لدعم الحكومة القائمة والقواد. مثال: بعد اغتيال رابين الكثير من الناس غيروا انتمائهم من الحزب اليمين إلى اليسار وهكذا في وقت الازمات كان جميع الجمهور مكتل حول الحزب القائم.

الحاجات التي يؤديها الإعلام في وقت الأزمات

تدعي نظرية الاستخدامات والاشباعات أن الجمهور يستخدم الإعلام لسد حاجاته هنالك خمسة مجموعات من الحاجات: الحاجة الإدراكية، العاطفية الاندماجية، الاندماجية الإضافية، الهروب من الواقع. الإعلام في وقت الأزمات يؤدي في الأساس الحاجات الإدراكية، الاندماجية، الهروب من الواقع.

حاجات إدراكية: حاجة الناس في وقت الأزمات التزود في المعلومات المحلية والعالمية، كذلك تحليل وتفسير أبعاد الحدث وتأثيره والمتوقع حدوثه مستقبلا وهم بحاجة أيضا لمعرفة تقييم الوضع. مثال: بعد اغتيال رابين أراد المشاهدون التزود في معلومات عن الحدث، ماذا جرى، من قتل رئيس الحكومة، ما هي ردود فعل القواد، من القائد البديل له، كيف سيؤثر الحدث على علاقات المتدينين والعلمانيين، بين اليمينيين واليساريين، كيف سيؤثر موته على عملية السلام؟ كل هذه المعلومات ستساعد الجمهور لفهم وإدراك ما حدث.

حاجات عاطفية: هي الحاجات التي تحرك العاطفة والمشاعر لدى الجمهور والتعاطف مع الضحايا والمصابين وعائلاتهم. مثال: الأولاد ينيرون شمعة لذكرى رابين، صور مباشرة من مكان الحدث، مصابين يصفون الحدث، صور للمصابين والقتلى وعائلاتهم الثكلى. كل هذه المضامين يزودها الإعلام من اجل سد الحاجة العاطفية لدى المشاهدين.

حاجات اندماجية: المشاهدون بحاجة للشعور في الأمان والاستقرار لذلك يمرر الإعلام الكثير من الرسائل التي تغرس التعاطف القومي والقيم التي بها مصلحة قومية مثل: خطاب رئيس الحكومة في الحرب أو بعد عملية تفجيرية، أو خطاب نائب رئيس الحكومة بعد اغتيال رئيس الحكومة. هذه الرسائل مهمة جدا من اجل

مساعدة الجمهور بالشعور بأنه جزء من الأمة وكلنا نعيش نفس التجربة.

الفصل الخامس

الإرهاب فى العصر الرقمى

الفصل الخامس

الإرهاب فى العصر الرقمى

يلعب الاعلام دورا هاما ومؤثرا في توجهات الرأي العام واتجاهاته ، وصياغة مواقفه وسلوكياته من خلال الاخبار والمعلومات التي تزوده بها وسائل الاعلام المختلفة. اذ لا يستطيع الشخص تكوين موقف معين او تبني فكرة معينة الا من خلال المعلومات والبيانات التي يتم توفيرها له ، ما يؤكد قدرة الاعلام بكافة صوره واشكاله على احداث تغييرات في المفاهيم والممارسات الفردية والمجتمعية عن طريق تعميم المعرفة والتوعية والتنوير وتكوين الراي ونشر المعلومات والقضايا المختلفة وفي الوقت الذي اصبحت فيه وسائل الاعلام جزءا اساسيا من حياة الشعوب والمجتمعات ، بفعل استجابتها ومواكبتها للتطورات والمستجدات الحاصلة في شتى المجالات الحياتية ، وقدرتها على الوصول الى الجماهير ومخاطبتها والتأثير فيها ، فان هذا يتطلب ضرورة مراعاة ظروف كل مجتمع وبيئته الثقافية والقيمية والفكرية بشكل يضمن احترام هوية هذا المجتمع وخصوصيته. دون ان يعني ذلك تجاهل الآخر وعدم جواز التعرف على ثقافته وحضارته ، اذ لا بد من التواصل والتفاعل معه والاستفادة بما لديه من علوم ومعارف بعد ان اصبح العالم بفضل الثورة العلمية والتقنية والاتصالاتية اشبه ما يكون بقرية كونية صغيرة تتداخل فيها المصالح والاعتبارات بين دول العالم وشعوبه.

لقد اصبح الاعلام لغة عصرية وحضارية لا يمكن الاستغناء عنها او تجاهلها ما يتطلب فهمها واستيعابها من خلال امتلاك مقوماتها وعناصرها ومواكبة التطورات التي تشهدها وسائله المختلفة حيث تعددت ادوات الاعلام وتنوعت واصبحت اكثر قدرة على الاستجابة مع الظروف والتحديات التي يفرضها الواقع الاعلامي الذي بات مفتوحا على كل الاحتمالات في ظل ما تشهده ادواته ووسائله

المختلفة من تطورات وابتكارات نوعية ، برزت تناوله وطرحه العديد من القضايا التي احدثت اهتماما واسعا ولافتا في مختلف الميادين وعلى كافة الصعد .

واذا كان من حق الرأي العام ان يعرف الحقيقة ويتابع ما يجري من احداث على الساحة المحلية والاقليمية والدولية ، فان التعاطي مع هذه الاحداث ونشرها ومتابعة ما يجري منها يجب ان يتم وفقا لضوابط مهنية ومعايير اخلاقية وانسانية وموضوعية تراعي ظروف المجتمع ومزاج الرأي العام ، ما يعني ضرورة التوازن بين حق الجمهور بالمعرفة ، وبين مرجعيته الثقافية والاخلاقية والدينية على اعتبار ان المعايير الفاصلة بين اعلام وآخر هي في النهاية معايير مهنية واخلاقية ، تجسد آطرا مرجعية يمكن الاستناد اليها في التمييز بين السلوك الايجابي والسلوك السلبي ، وبالتالي التفريق ما بين ظواهر سلوكية مقبولة وآخرى مرفوضة .

ان اهمية الاعلام لا تكمن في اقتنائه ومجاراة الآخرين في استخدامه وتوجيهه وانما في كيفية استعماله وتوظيفه بشكل هادف وعلى نحو يجعله قادرا على التعبير الموضوعي عند تناول القضايا المختلفة ، بحيث نضمن وسائل اعلام باطار مرجعي كفيل بتوفير تغطية منهجية تتماهى مع قواعد (علم) الاعلام ونظرياته بعيدا عن العفوية والارتجال وربما هذا ما تفتقد له الكثير من وسائل الاعلام في وقتنا الراهن مع كل آسف بعد ان رهنت سياساتها وتطلعاتها بالتعايش مع متطلبات السوق (الاعلامي) بما يضمن لها ترويج سلعتها الاعلامية في اكبر عدد ممكن من الاسواق لضمان وصولها بالتالي الى اكبر عدد ممكن من جمهور المتابعين . وهذا هو الشيء الذي ربما اعطى المجال لحدوث ممارسات اعلامية خاطئة وضبابية افرزت حالة من التيه والارباك اثارت الشكوك حول حقيقة دور وسائل الاعلام في الحياة العامة ، وما اذا كانت تقوم بالفعل بتأدية رسالتها

المفترضة بما هي توعية وتثقيف ام لا الامر الذي وفر اجواء عامة بررت الوقوف عند الكثير من المحطات الخلافية والاشكاليات التي فرضت نفسها على ساحة الاحداث المحلية والخارجية ، ومنها بطبيعة الحال الموضوع الذي نحن بصدده في هذه الورقة التي نتناول فيها العلاقة بين الاعلام وبين الارهاب ، وهي علاقة اشكالية تحتاج الى التأمل واستخلاص الدروس والنتائج ، حيث يحاول كل منهما السعي وراء الآخر وهناك من اعتبر ان العلاقة بينهما اشبه ما تكون بعلاقة بين طرفين ، احدهما يصنع الحدث والاخر يقوم بتسويقه . ما برر طرح اسئلة عديدة احسب ان الاجابة عليها يفيد في تشخيص هذه العلاقة، ومعرفة الظروف والاجواء العامة المسؤولة عن انتشار ظاهرة الارهاب على آمل محاصرتها والقضاء عليها .

وعليه .. هل يمكن ان يعيش الارهاب بدون اعلام ..؟ هل تغذي التغطية الاعلامية الاعمال الارهابية وتشجع بالتالي الاشخاص الذين يقفون وراءها على ارتكاب المزيد من هذه الاعمال الاجرامية ..؟ هل يساعد الاعلام على نشر الثقافة الارهابية ، ومن ثم الاسهام في زيادة معدل ظواهر العنف والارهاب ..؟ .

لا شك بان ظاهرة الارهاب تحظى باهتمام الشعوب والحكومات في شتى انحاء العالم لما لها من آثار خطيرة على آمن الدول واستقرارها ، بعد ان اتضح اننا امام ظاهرة اجرامية منظمة تهدف الى خلق جو عام من الخوف والرعب والتهديد باستخدام العنف ضد الافراد والممتلكات ؛ ما يعني ان هذه الظاهرة الخطيرة تهدف الى زعزعة استقرار المجتمعات والتأثير في اوضاعها السياسية وضرب اقتصادياتها الوطنية عن طريق قتل الابرياء وخلق حالة من الفوضى العامة بهدف تضخيم الاعمال الارهابية وآثارها التدميرية في المجتمع ، بما يتناسب مع القاسم المشترك الذي امكن التوافق عليه بين تعريفات الارهاب المختلفة ، والذي يرى في الارهاب استخدام غير مشروع للعنف يهدف الى الترويع العام وتحقيق

اهداف سياسية ما جعل البعض ينظر الى الارهاب باعتباره عنف منظم موجه نحو مجتمع ما او حتى التهديد بهذا العنف - سواءا أكان هذا المجتمع دولة او مجموعة من الدول او جماعة سياسية او عقائدية - على يد جماعات لها طابع تنظيمي تهدف الى احداث حالة من الفوضى وتهديد استقرار المجتمع من اجل السيطرة عليه او تقويض سيطرة آخرى مهيمنة عليه لصالح القائم بعمل العنف في اشارة الى اعتماد الارهاب المفرط على العنف المتعمد وعدم التمييز بين المدنيين وغير المدنيين كاهداف شرعية من اجل تحقيق اغراض سياسية .

وامعانا في خلق اجواء الفوضى والترويع ، واتاحة المجال امام انتشار الشائعات المغرضة ، التي تثير خوف الرأي العام وتؤلبه ضد السلطات المحلية بحجة عجزها عن حماية آمنه ، يعمد الارهابيون الى التسلح بوسائل الاعلام المختلفة لتسويق اغراضهم وغاياتهم وتوظيفها في تضليل الاجهزة الآمنية واكتساب السيطرة على الرأي العام عن طريق نشر اخبار العمليات الارهابية التي يقومون بتنفيذها على اعتبار ان الحملات الاعلامية التي تغطي هذه العمليات تساعد على تحقيق واستكمال اهداف الارهابيين ، الذين يرون في التغطية الاعلامية لجرائمهم معيارا هاما لقياس مدى نجاح فعلهم الارهابي ، لدرجة ان البعض اعتبر العمل الارهابي الذي لا ترافقه تغطية اعلامية عملا فاشلا .

من هنا يأتي استغلال الارهاب للاعلام لترويج فكره الارهابي ودعمه من خلال محاولاته المستمرة في البحث عن الدعاية الاعلامية لتسليط الضوء على وجوده واغراضه فبحسب باحثين نفسيين فان الارهابيين قد يحجمون عن تنفيذ عملياتهم في حال علموا مسبقا انها لن تترافق مع الدعاية الاعلامية ،التي من شأنها كشف حجم الخسائر التي الحقوها باعدائهم على اعتبار ان الحرب النفسية تعمل عملها فقط في حال ابدى البعض اهتماما بالامر فقد وصفت

مارجريت تاتشر رئيس الوزراء البريطانية السابقة هذه الدعاية (المجانية) بالاكسجين اللازم للارهاب الذي لا يستطيع الاستغناء عنه ، لان تغطية الحدث الارهابي اعلاميا يحقق مكاسب تكتيكية واستراتيجية للقائمين عليه ..

ان وسائل الاعلام تقوم احيانا وبدون قصد ، بالترويج لغايات الارهاب واعطائه هالة اعلامية لا يستحقها في ظل الاهداف التي يراد تحقيقها من وراء العمل الاعلامي او العمل الارهابي بما هي شهرة وسلطة ومال وتأثير فكري . فقد اوضح كل من الاستاذ برونو فري والاستاذ دومينيك رونر من جامعة زيورخ في سويسرا عام 2006 في بحثهما المعنون (الدم والحبر! لعبة المصلحة المشتركة بين الارهابيين والاعلام) ان الطرفين الاعلام والارهابيين يستفيدان من الاعمال الارهابية فالارهابيون يحصلون على دعاية مجانية لاعمالهم ، والاعلام يستفيد ماليا لان التقارير التي تنشر في هذا المجال تزيد من عدد قراء الجريدة وعدد مشاهدي التلفزيون وبالتالي تزداد مبيعات الجريدة وقيمة الدعاية المنشورة عليها وزيادة قيمة الدعاية التي يبثها التلفزيون . ما دفع ديفيد برودر المراسل الصحفي في الواشنطن بوست الى المطالبة بحرمان الارهابي من حرية الوصول الى منافذ الوسائل الاعلامية ،لان تغطية العمليات الارهابية اعلاميا ، واجراء مقابلات اعلامية مع الارهابيين تعتبر جائزة او مكافأة لهم على افعالهم الاجرامية، اذ تتيح لهم المجال ان يخاطبوا الجمهور ويتحدثوا اليه عن الاسباب والدوافع التي دفعتهم لهذا الفعل ما يتسبب ربما بانشاء نوع من التفهم لهذه الاسباب ، وذلك على حساب الفعل الاجرامي نفسه . فقد ذكر الكثير من الاشخاص المنخرطين في العمل الارهابي الذين القي القبض عليهم في العراق ، انهم تأثروا بما كانت تعرضه قناة الجزيرة او غيرها في هذا المجال ، فقرروا الالتحاق بالمنظمات التي تحرض على القيام بالتفجيرات والعمليات الانتحارية .

ان عرض المناظر والمشاهد المأساوية وتصويرالاضرار بشكل متكرر ومبالغ فيه ، اضافة الى بث وجهات نظر الارهابيين التي يقصد منها اثارة الخوف ، تشكل خطورة وتنطوي على ردود فعل سلبية من شأنها خدمة العمل الارهابي ، خاصة في ظل تنافس وسائل الاعلام المختلفة على النقل الفوري للاحداث المتعلقة بالارهاب من اجل تحقيق سبق صحفي ، لاستقطاب اعداد متزايدة من جمهور القراء والمشاهدين ، والذي قد يكون على حساب القيم الاخلاقية والانسانية التي ترفض المساعدة في نشر العنف والتطرف .

في اشارة واضحة الى قدرة المنظمات الارهابية على تطويع الاعلام والاستفادة من ثورة الاتصالات المتقدمة في تنفيذ عملياتها واجندتها ومخططاتها الاجرامية اضافة الى حضورها الفاعل على الانترنت وغيره من وسائط المعلوماتية للترويج لافكارها الهدامة وتجنيد الشباب في صفوفها الامر الذي يؤكد بان الاعلام اصبح يمثل سلاحا خطيرا في يد الارهابيين ، الذين بات بمقدورهم توجيه رسائل لها تأثير سلبي مباشر على الافراد والمجتمعات .

ففي احد الاستطلاعات التي اجريت لمعرفة ما اذا كان هناك دورا للاعلام في تأجيج الارهاب اجاب 80٪ من مجموع المستجوبين اجابة مطلقة تفيد بان الاعلام يلعب هذا الدور كذلك هناك ثمة سلبيات ينطوي عليها توظيف الجماعات الارهابية للاعلام للترويج لخطابها الارهابي على نحوٍ يؤدي الى تحفيز فئات اجتماعية مسحوقة الى تبني الخيار الارهابي .

كما يؤدي تضارب المعلومات الاعلامية عن العمليات الارهابية الى بث البلبلة ، واحيانا الى وجود من (يتعاطف مع الارهابي) ، وربما يلعب الاعلام دورا في نقل التعليمات الارهابية الى الخلايا النائمة او النشطة او اقامة اتصالات جديدة مع جماعات حليفة .

ان عدم التخصص وضعف الخلفية المعرفية للقائمين على التغطية الاعلامية التي تتعامل مع ظاهرة العنف والارهاب اثر سلبا في ايجاد الحلول المناسبة لها وحولها الى مجرد تغطية سطحية واحيانا تحريضية واتهامية تنطوي على اتهامات واحكام مسبقة وربما مبيتة جعلها عاجزة عن فهم خطاب الجماعات المتطرفة الاعلامي ومنظوماتها ومرجعياتها الفكرية والتنظيمية . وفي حالات كثيرة تميل المعالجة الاعلامية لظاهرة الارهاب اما الى التهوين واما الى التهويل ما يؤثر في صدقية هذه التغطية ويحد من قدرتها على التأثير بسبب طغيان البعد الدعائي على البعد الاعلامي الموضوعي .

لقد ذهبت اغلب التغطيات والتحليلات والتعليقات الاعلامية تحت هول صدمة احداث 11 ايلول (سبتمبر) في الولايات المتحدة الاميركية ، الى تحميل منظومة قيمية وفكرية بعينها مسؤولية هذه الاحداث عندما اتهمت الاسلام بقمع الحريات وممارسة العنف والتسلط . وقد ساهم في هذا الترويج والتعميم الذي انجرت اليه معظم وسائل الاعلام الغربية في التعامل مع هذه الاحداث ومع تداعياتها ، من اسماهم الباحث الفرنسي فإنسان جيشير بالمثقفين الاعلاميين الذين انزلقوا من الدرس الاكاديمي الرصين الى الكتابات التبسيطية التضليلية عن الاسلام ، مستفدين في ذلك من سياقات التوتر والقلق والخوف التي تعيشه المجتمعات الغربية ، لتتحول بذلك احداث 11 ايلول الى مناسبة تم توظيفها من قبل الاعلام الغربي في تشويه صورة الاسلام ، وتمرير صورة مضللة عنه تقرنه بالعنف والارهاب ، وذلك في سياق حملة ثقافية مدبرة ضد العرب والاسلام تبدأ من الكتب المدرسية لتمضي عبر معظم الوسائط المعلوماتية والاتصالاتية، وما يلفت الانتباه في التعاطي الاميركي مع هذه الاحداث ، الطريقة الاعلامية التي اعتمدت في تغطيتها من خلال نشر وترسيخ ثقافة (اعلامية) اساسها ايضاح آثار

العمليات الارهابية واخطارها وتعبئة الرأي العام ضدها بهدف تحصينه ضد الخطر الارهابي الامر الذي استغلته الادارة الاميركية في تبرير غزو واحتلال بلدان اخرى بحجة الحروب الاستباقية او الوقائية ، كما هي الحجة او الذريعة التي ساقتها الادارة الاميركية الحالية في حربها على العراق وافغانستان لتحقيق رغبة المحافظين الجدد حيث بدأت الماكنة الاعلامية الاميركية حملتها التحريضية لتبرير حربها هذه بترويع الشعب الاميركي وبث الرعب والخوف في نفسيته ، بتصويرها الاخطار الارهابية بالقادمة والمتوقعة الحدوث في اي لحظة اذا لم تكن هناك مبادرة عسكرية هجومية للقضاء على الارهاب في معقله قبل ان يزحف ويستهدف الولايات المتحدة ، كما روجت لذلك الادارة الاميركية ، التي استندت في ترويج حملتها بافتراض ان السيطرة على عقول الناس وافكارهم تكون عن طريق اخبارهم انهم معرضون للخطر ، وتحذيرهم من ان آمنهم تحت التهديد ما يمكن ان يطلق عليه باستراتيجية الخداع الاعلامي ، التي نجح من خلالها الرئيس الاميركي جورج بوش في شن حملة اعلامية واسعة لاقناع الشعب الاميركي بضرورة خوض الحرب على العراق .

اتساقا مع ما قاله دينيس جيت عميد مركز العلاقات الدولية في جامعة فلوريدا .. عندما يشعر الناس بالخطر يعجزون عن التفكير ، ويمنحون السلطة للشخص المستعد لتوفير الآمان لهم ، ولذلك استخدمت الادارة الاميركية الحالة الاعلامية ببراعة في التحذير من مخاطر الارهاب ، وان بوش ومسؤولوا ادارته رددوا اكاذيب عديدة حول امتلاك العراق لاسلحة الدمار الشامل وعلاقة نظام صدام حسين بتنظيم القاعدة واوهموا الجميع بان الحرب ستكون عملية سهلة وسريعة للقوات الاميركية ويرى جيت ان الادارة الاميركية استخدمت الوسائل الاعلامية للفت الانتباه من خلال بث بيانات صحفية واعلامية تحوي

معلومات ترسخ استراتيجيتها ، ونشر صور بالاحداث التي تريد واشنطن الترويج لها ، وتوفير اكبر قدر من المعلومات لوسائل الاعلام "الصديقة " التي تؤيدها اضافة الى اعتمادها على الدعايات الموجهة عن طريق قيام الحكومة الفدرالية بانتاج تقارير اخبارية تلفزيونية مجهزة مسبقا ، بغرض الدعاية لاهدافها التي من بينها غزو افغانستان والعراق ، ثم تقوم الجهات الحكومية (وزارتا الخارجية والدفاع) بارسال هذه التقارير الجاهزة الى شبكات الاخبار الكبرى التي تقوم بدورها ببيعها الى قنوات التلفزة المحلية التي يعتمد عليها المشاهد الاميركي العادي ، والتي تبث هذه التقارير دون الاشارة الى مصدرها . ما يؤكد توجه الادارة الاميركية الى تبني سياسات ثقافية واعلامية للتصدي للارهاب من خلال الاستثمار في مجال الاعلام .

كذلك فقد تحدث دونالد رامسفيلد وزير الدفاع الاميركي السابق عن ضرورة خوض حرب الافكار لتقويض اركان الارهاب من خلال بعث فضائيات تلفزيونية واذاعية موجهة للعرب ، فضلا عن دعوة الحكومات العربية والاسلامية الى ضرورة اصلاح منظوماتها التربوية والتعليمية في اتجاه القطع مع الانساق الفكرية والقيمية التي تساهم في تفريخ المجموعات الارهابية على حد قوله . تأتي هذه المغالطات رغم ان المقاربة الثقافية للارهاب هي اصلا من مسؤولية الفكر العربي والاسلامي ، ومن ثم مسؤولية وسائل الاعلام العربية والاسلامية قبل ان تكون مسؤولية الفكر الغربي او السياسات الاميركية ، فالعرب والمسلمون هم اول ضحايا الارهاب الذي عطل مسيرتهم التنموية وساهم في زعزعة آمن واستقرار بلدانهم وتشويه منظومتهم الفكرية والقيمية والاعلامية القائمة على التسامح والوسطية والاعتدال والاعتراف بالاخر .

الامر الذي يجعلنا نسلط الضوء على ابرز سمات المعالجة الاعلامية العربية للظاهرة الاعلامية من حيث تركيزها على الحدث اكثر من التركيز على الارهاب كظاهرة لها اسبابها وعواملها ، حيث تتوارى في الغالب معالجة جذور هذه الظاهرة واسبابها العميقة السياسية والاجتماعية والاقتصادية والدينية ما يجعلها تبدو وكأنها مجردة ومطلقة ، حيث تسود في الغالب معالجة العملية الارهابية كحدث منعزل وليس كعملية تجري في سياق معين وتحدث في بيئة معينة اضافة الى هيمنة الطابع الاخباري على التغطية الاعلامية العربية وتغييب التغطية ذات الطابع التحليلي والتفسيري ، الامر الذي يؤدي الى بقاء المعالجة الاعلامية على سطح الحدث او الظاهرة ما يضعف قدرتها على الاقناع ويفقدها التأثير الفاعل والملموس كذلك تفتقر وسائل الاعلام العربية الى كادر اعلامي مؤهل ومختص ، قادر على تقديم معالجة مناسبة لهذه الظاهرة الى جانب افتقارها الى الخبراء والمختصين في المجالات الامنية والاجتماعية والنفسية والتربوية وعدم تعاونها مع المؤسسات التربوية والتعليمية والثقافية المعنية بمواجهة الظاهرة الارهابية .

وبعد ان اصبح الارهاب يمثل تحديا اقليميا ودوليا في ظل القناعات التي ترسخت حول فشل المقاربة الآمنية والعسكرية في محاصرته وتطويقه والقضاء عليه ، بدت الامور منصبة على اهمية البعد الاعلامي وضرورة تفعيل الدور الذي تلعبه وسائل الاعلام في مواجهة هذا الخطر بسبب قدرتها على الوصول الى الناس والتأثير في عقولهم وافكارهم وقناعاتهم بأساليبها المتعددة والمتنوعة . لذلك فقد انصب الاهتمام في المواجهة الاعلامية للارهاب على مقاومة الفكر المتطرف والحيلولة دون تمكينه من التأثير في الرأي العام وتحديدا في شريحة الشباب لضمان عدم تدفق أي دماء جديدة في شريان الارهاب بحيث يسهل محاصرته ومن

ثم تصفيته وهو ما اكد عليه جلالة الملك عبد الله الثاني عندما ذكر بان "محاربة الارهاب لا تكون باتخاذ الاجراءات الأمنية المباشرة فقط ، وانما من خلال استراتيجية شاملة لتعزيز ثقافة الحوار ونبذ ثقافة العنف " ، ما يتطلب التركيز على طريقة صياغة الخبر بشكل يضمن ايصال الحقيقة ومراعاة عدم تأثيرها في نفسية المواطنين . كذلك فقد ظهرت اصوات تطالب بضرورة اعادة النظر في مضامين العمل الصحفي والاعلامي ، واستبدالها بمضامين جديدة تركز على معالجة انتشار ظاهرة الارهاب والعنف ، والتصدي لوسائل الاعلام التي تمارس ادوارا تحريضية مدمرة تهدف الى التأثير في عقول الشباب وتهديد آمن الشعوب والمجتمعات . الى جانب التصدي للمعلومات الهدامة التي تبرز على شبكة الانترنت ومعالجتها من خلال التشريعات الكفيلة باغلاق مثل هذه المواقع التي تروج للعنف وللافكار المتطرفة ، ولا سيما المواقع التي تنسب نفسها الى الاسلام وتقدم صورة مشوهة عن الدين الحنيف .

وهناك من يتحدث عن وجود بعض مواقع الانترنت التي اصبحت بمثابة مراكز لتعليم صناعة المتفجرات وكيفية القيام بعمليات ارهابية ، واصدار فتاوى ايضا لا تمت للاسلام بصلة وهي دخيلة عليه. ما يقتضي التفكير بفتح الفضاءات الاعلامية امام الفقهاء وقادة الفكر والرأي لابراز صورة الاسلام السمحة الداعية الى التسامح والوسطية والاعتدال والعدل والدعوة بالحكمة والموعظة الحسنة والمجادلة بالتي هي احسن بعيدا عن الغلو والعنف واعداد مخطط شامل للاتصال لمواجهة الحرب النفسية التي تشنها الجماعات الارهابية الى جانب التفكير باهمية اقامة مركز او جهة حكومية رسمية مركزية لتوحيد الخطاب الاعلامي لرفع مستوى نوعية التوعية والتوجيه الاعلامي الممنهج للمعلومات عن الارهاب ، تكون على اتصال دائم بوسائل الاعلام للتحكم باي مادة اعلامية سلبية او مبادرة دعائية

للارهاب قد تقدمها وسائل الاعلام في غفلة منها تحت وطأة المنافسة وتحقيق السبق الصحفي او الاعلامي . اضافة الى اقامة اتصالات ودورات وتدريبات مشتركة بين ممثلي الجهات الرسمية وبين ممثلي الاعلام على كيفية التعامل مع الحوارات الارهابية اعلاميا بما يضمن الصالح العام .. كأن يتم افتعال حدث ارهابي للوقوف على كيفية التعامل معه اعلاميا لسد الثغرات الاعلامية التي يمكن ان يستفيد منها الارهابيين .

الامر الذي يتطلب الابتعاد قدر الامكان عن الاثارة في طريقة نشر الاخبار المتعلقة بالاحداث الارهابية ، وضرورة اتخاذ الحيطة والحذر في ما يتعلق بنشر معلومات تتناول الاحداث الارهابية ، والامتناع عن عرض او وصف الجرائم الارهابية بكافة اشكالها وصورها بطريقة تغري بارتكابها او تنطوي على اضفاء البطولة على مرتكيبيها او تبرير دوافعهم او منح مرتكيبيها والمحفزين عليها او المبررين لها فرصة استخدام البرامج والمواد الاعلامية منبرا لهم .

وبهذا الصدد فقد ذكر جلالة الملك عبد الله الثاني بان " هناك بعض الكتاب في الصحافة وبعض المحطات الفضائية وبعض الذين يخطبون في المساجد يمارسون الترويج لثقافة العنف وايجاد المبررات للارهابيين او تصوير جرائمهم على انها بطولات او نوع من الجهاد " في المقابل لا بد من توسيع مساحة التغطية الاعلامية التي تشجع المشاركة الشعبية والاسهامات الطوعية من الافراد ومنظمات المجتمع المدني في التصدي لظاهرة الارهاب والتطرف وتوعية الناس باخطارها والتأكيد على اهمية توعية المواطنين بمخاطر الارهاب واثاره السلبية على الامن والاستقرار بما يضمن تفعيل دور وسائل الاعلام في رفع مستوى الوعي بمخاطر الارهاب فعلى سبيل المثال ، فقد اثبتت التفجيرات الارهابية التي شهدتها فنادق عمان عام 2006 اهمية ادماج المواطن الاردني في المنظومه الامنيه وتنمية

حسه الامني وثقافته الامنية ، بحيث يعي اهمية دوره في الحفاظ على امن الوطن واستقراره خاصة بعد ان تبين ان كافة العاملين في الفنادق راودتهم الشكوك حول "الارهابيين" الا ان احداً منهم لم يبلغ الاجهزة الامنية عن شكوكه) وهنا تبرز اهمية توظيف الاعلام من قبل الجهات الآمنية المعنية في بث رسائل اعلامية ارشادية وتثقيفية وتوعوية تنطوي على تطمينات وضمانات من شأنها تشجيع المواطن وحفزه وحثه على المشاركة في المنظومة الآمنية من خلال قيامه بتمرير أي معلومات من شأنها الاسهام في كشف خيوط جريمة وقعت هنا او هناك او الحؤول دون وقوعها اصلا . بحيث نضمن التخلص من بعض الأنماط والمفاهيم والتفسيرات الخاطئه والسلبيه التي تسيطر على ذهنية بعض المواطنين بصورة افرزت عندهم عقدة الخوف والرهبة والتردد عند التعاطي مع القضايا والمسائل ذات الابعاد الامنية. ما يجعلنا نثمن عالياً قيام مديرية الامن العام بتكريس مفهوم الشرطة المجتمعية، الذي يستهدف كسب ثقة المواطن وتعاونه واشراكه في الشأن الامني، بما يعزز من وعيه الامني وثقافتة الامنية .

كذلك لا بد من التقليل من جرعات المشاهد الدموية ومشاهد العنف والدمار والقتل ، وذلك للحؤول دون اعتياد المشاهد على مثل هذه المناظر دون ان نغفل اهمية التنسيق مع الاجهزة الامنية في ما يتعلق بنشر وقائع الاحداث الارهابية ، مع الاخذ بعين الاعتبار الدراسة المسبقة لتأثير نشرها على الرأي العام وذلك من اجل تفويت الفرصة على الارهابيين للاستئثار بالاضاءة الاعلامية التي يسعون اليها اضافة الى ذلك يجب التركيز على المسألة العلاجية للظاهرة الارهابية لا على تغطية الحدث الارهابي ، وضرورة الانتقال من التركيز على تفاصيل العمليات الارهابية وردود الافعال الرسمية والشعبية الى تقديم رؤى

تساعد القارىء او المشاهد على تكوين راي وطني بحيث يتحول الى موقف ومن ثم الى سلوك ايجابي من خلال اعلام مهني فاعل يتحلى بالجماهيرية والصدقية .

وفي المحصلة لا بد من طرح فكرة تشكيل فريق من الخبراء الدوليين في مجال الاعلام ، لبحث سبل التوعية الاعلامية المشتركة ضد مخاطر الارهاب ، تمكينا للاعلام الدولي من بناء قاعدة عريضة من الرأي العام الدولي تحاصر الارهاب فكرا او جريمة وتعزز الجهود الرامية الى القضاء عليه .

الفصل السادس

إشكاليات العلاقة بين الإعلام ومنظمات المجتمع المدني

الفصل السادس

إشكاليات العلاقة بين الإعلام ومنظمات المجتمع المدني

كيف ينبغي أن تكون العلاقة بين المجتمع المدني والإعلام، وكيف تبدو هذه العلاقة واقعيا؟ وهل حققت شيئا إيجابيا لصالح المجتمع؟ وهل هناك ثمة عوائق تحول دون وصول تلك العلاقة إلى مرحلة متقدمة؟ وما الذي يحتاجه الطرفان للوصول إلى علاقة ايجابية وفاعلة بينهما؟.

في السطور التالية نحاول الإجابة عن هذه التساؤلات للمساهمة في إيجاد رؤية لعلاقة تجمع بين المجتمع المدني والإعلام بما يعمل على تحقيق رسالة الطرفين المنطلقة من هدف مشترك يتمثل في تحقيق المشاركة الحقيقية للمجتمع في الشأن العام.

وإذا كان الفكر السياسي قد توصل منذ عدة قرون مضت أنه يجب لبناء الدولة الحديثة وجود ثلاث سلطات تتعاون معاً وتستقل كل واحدة منهما عن الأخرى، وهي السلطات التشريعية والتنفيذية والقضائية. فإننا يجب أن نعلم أن تقدم ونمو ورقي المجتمعات الحديثة يقوم على ثلاث ركائز هي:

- قضاء مستقل ونزيه
- صحافة حرة مستقلة
- مجتمع مدني قوي وفعال

والمجتمع المدني لكي يكون قوياً وفعالاً يحتاج إلى صحافة حرة مستقلة تدعمه وتنشر أفكاره بين الجماهير، والصحفيون يحتاجون إلى منظمات المجتمع المدني التي تعمل بين الجماهير لتمدهم بالأخبار والأفكار والحلول لمشكلات هذا المجتمع،

وأيضاً للدفاع عن الصحفيين أنفسهم في مواجهة تعسف السلطة أو جور مؤسساتهم، والاثنان (المجتمع المدني والإعلام) لا ينعمان بالعيش ولا يستطيعان أن يمارسا مهامهما إلا في ظل وجود قضاء مستقل ونزيه يحميهما من تغول السلطة أو تخلف المجتمع.

وبالتالي لا يمكن تصور وجود مجتمع صحيح وراقي ومتقدم يفتقر إلى علاقة صحيحة ومتوازنة بين المجتمع المدني ووسائل الإعلام. وهو الأمر الذي سوف نتطرق إليه في المباحث التالية:

أولاً: المجتمع المدني ووسائل الاتصال الجماهيري

انتشر في السنوات الأخيرة مصطلح المجتمع المدني في الأدبيات العربية للتعبير عن القوى الاجتماعية المختلفة والمتعددة التي تنشط في المجتمع في إطار منظم بهدف تحقيق مطالب واحتياجات الجماعات التي تمثلها.

ويعتمد المجتمع المدني في أنشطته وفي تحقيق أهدافه على وسائل الإعلام للوصول إلى السلطة والفعاليات السياسية في المجتمع.

والسؤال الذي يُطرح هنا هو إلى أي مدى تساهم وسائل الاتصال الجماهيري في نشر ثقافة المجتمع المدني وإلى أي مدى تخدم وسائل الإعلام المجتمع المدني، ومن جهة أخرى إلى أي مدى يؤثر المجتمع المدني في وسائل الإعلام ويجعلها أدوات في خدمة المجتمع ووسائل للمراقبة والنقد والاستقصاء، وقوى تضمن التوازن داخل الآلة السياسية في المجتمع.

ومن هنا نتساءل عن ماهية الأدوار التي تلعبها المؤسسات الإعلامية في الوطن العربي فيما يتعلق بالتنشئة الاجتماعية ونشر الوعي السياسي وثقافة الديمقراطية وثقافة الحوار والاختلاف والتعددية والتنوع.

والعلاقة هنا جدلية بين المجتمع المدني ووسائل الإعلام حيث أن المجتمع المدني يتأثر بوسائل الإعلام ويؤثر فيها ومن جهتها تتأثر وسائل الإعلام بالمجتمع المدني وتؤثر فيه.

فكلما كان المجتمع المدني قوياً وفعالاً ومشاركاً في مجريات الأحداث في محيطه كلما فتح المجال واسعا أمام وسائل الإعلام لتغطية هذه الفعاليات والأحداث لتكون المؤسسات الإعلامية في المجتمع منبراً للحوار والنقاش من أجل القرار السليم والحكم الرشيد. ولقد ساهم انتشار العولمة وثورة المعلومات والاتصالات والمجتمع الرقمي وانتشار الانترنت وانتشار التعليم وتوفر المعلومة والوصول إليها بسهولة في بلورة ونضج فكرة المجتمع المدني في الوطن العربي.

وهذا الكيان المسمى بالمجتمع المدني الذي يتكون من مختلف التنظيمات والفعاليات داخل المجتمع يهدف إلى تقاسم السلطة مع الدولة انطلاقا من مبدأ أن عهد الدولة المتسلطة والدكتاتورية والطاغية قد ولى. ومن هنا يتمثل دور المجتمع المدني في خلق توازن بين القوى الاجتماعية، كما يعمل المجتمع المدني على إفراز فضاء مستقل منتج لقيم العدالة والمساواة والحرية. فالمجتمع المدني هو فضاء للحرية، يتكون من شبكة العلاقات التي تقوم على الاختيار والاقتناع والحرية، حيث أنه يمنح الأفراد قدرة على النشاط الطوعي الحر.

ويعمل المجتمع المدني على تنظيم العلاقات داخل تنظيمات مدنية تحقق استقلالا نسبيا عن الدولة من ناحية وعن قوى السوق من ناحية أخرى. فالحياة المدنية هي الفضاء الطبيعي للعمل الحر الذي تنمو فيه قدرات البشر وإمكانياتهم وقدراتهم على حب الاستقلال ونبذ التسلط والقمع.

ويستقي المجتمع المدني قوته من الثقافة المدنية التي تتمحور حول الحرية

والمساواة والمواطنة وهي في أساسها قيم عامة تتفرع عنها قيم تؤمن بالتفكير الحر الخلاق والفعل الحر المسئول والحرية التي تستمد قيمتها من مبدأ الفرد الأخلاقي الذي يؤمن بأن حريته تعني حرية الآخرين.

وأدوات الاتصال الجماهيري في المجتمع هي التي تنقل ثقافة المجتمع المدني من مستوى الوعي الفردي والجماعي إلى مستوى الوعي العام. وبهذا تصبح الثقافة المدنية جزءا لا يتجزأ من وعي الأمة. هنا يتوجب على وسائل الاتصال الجماهيري أن تقدم خطابا إعلاميا هادفا يحمل في طياته قيما اجتماعية راقية تنبع من المجتمع وقيمه ومبادئه.

وهذا يعني أن المؤسسات الإعلامية عبر البرامج الحوارية والدراما والأفلام والتحقيقات والأخبار يجب أن تعكس هموم وثقافة المجتمع المدني.

فنشر ثقافة المجتمع المدني بحاجة إلى مؤسسات إعلامية ووسائل اتصال تؤمن بالمجتمع المدني وتؤمن بالمثقف العضوي وبالقيم المجتمعية الأصيلة. فالمشرف على المؤسسة الإعلامية والقائم بالاتصال يجب أن يؤمنا بالمجتمع المدني وبالثقافة المدنية وبرسالة يعملان من أجل تحقيقها لصالح المجتمع بأسره وليس الركض وراء الإعلانات والربح السريع أو العمل لمصلحة أصحاب النفوذ السياسي والمالي في المجتمع.

فوسائل الاتصال الجماهيري هي التي تنتج الوعي الاجتماعي وهي التي تكرس القيم والعادات والتقاليد والنسق القيمي والأخلاقي في المجتمع ومن ثم فهي مطالبة بنشر ثقافة المجتمع المدني.

والمؤسسات الإعلامية هي الأدوات التي تنمي الثقافة المدنية وتعمل على نشرها وتقويتها والتصدي لثقافة العنف والتطرف والإقصاء والفردية والمادية ورفض

الآخر فوسائل الاتصال الجماهيري هي الحليف الاستراتيجي للمجتمع المدني وهي الوسيلة الفعالة والأداة الضرورية لتحقيق مبادئه وقيمه في المجتمع.

فمضمون وسائل الاتصال الجماهيري هو الغذاء الروحي والفكري والعقلي للثقافة المدنية وأداء هذه المؤسسات في المجتمع يعتبر سلوكا مدنيا يدعم المجتمع المدني والثقافة المدنية. فالمجتمع المدني في نهاية المطاف هو وعي وثقافة وقيم ومبادئ تترجم إلى سلوك وعمل يومي يؤمن بروح الجماعة والمصلحة العامة.

ويرى عدد من النقاد والباحثين أن ضعف أداء وسائل الإعلام في المجتمع يعود بالدرجة الأولى إلى ضعف المجتمع المدني انطلاقا من مبدأ أن الإعلام هو مرآة عاكسة للوسط الاجتماعي والسياسي والثقافي والاقتصادي الذي يوجد فيه ويتفاعل معه فإذا كان المجتمع المدني ضعيفا فهذا ينعكس سلبا على أداء المؤسسات الإعلامية في المجتمع،

فالإعلام القوي والفعال لا ينمو ولا يتطور ويزدهر إلا في مناخ الديمقراطية والحرية والرأي والرأي الآخر، ووجود القوى المضادة والفاعلة في المجتمع التي تراقب وتنتقد وتعمل من أجل مشاركة الجميع في تحقيق المساواة والعدالة في المجتمع وفي جعل كل فرد في المجتمع مسئولاً وواعياً وحراً.

ويمكن التفرقة بين الإعلام والمجتمع المدني تبعاً لوظيفة كل منهما كالتالي:

الإعلام

تكمن وظائف الإعلام بمختلف وسائله في تعريف المواطنين بالقضايا الأكثر أهمية بالنسبة للمجتمع، كما تعمل على عرض مختلف الأفكار والتحاور حولها، إضافة إلى أداء دور مهم في عمليتي الرقابة والمساءلة للحكومات،بما يساعد المواطن على أداء دوره في مشاركة السلطة في اتخاذ القرار.

المجتمع المدني

بعيدا عن التعدد في تعريف المجتمع المدني ومراحل نشأته يمكن القول "أن المجتمع المدني هو رابطة اجتماعية تقوم على الاختيار الفردي الطوعي حيث يدخل فيها الأفراد دون إجبار ويتقدمون إلى التنظيمات القائمة بطلب الانضمام إلى عضويتها بإرادتهم الحرة التي تجعلهم يلتزمون بمبادئها ويسهمون بجدية في أنشطتها، ووجود هذه الرابطة الاجتماعية يحقق للمجتمع ككل مزيداً من الاستقرار، كما يضمن تقييداً لسلطة الدولة ومنعها من الاستبداد".

وهذا الشكل من التنظيم الاجتماعي يتكون من مجموعة من المؤسسات المتنوعة تعليمية ومهنية وسياسية وثقافية وحقوقية كالنقابات والاتحادات العمالية والمهنية والجمعيات الأهلية، وكذلك الخيرية الخ والتي تسودها قيم ومبادئ التسامح والقبول بالآخر والحوار السلمي واحترام الحرية والخصوصية الفردية.

ولا يعني هذا القول إن المقصود بالمجتمع المدني أساساً إيجاد معارضة سياسية في مواجهة الدولة، إذ أن فاعلية المجتمع المدني- بكافة تكويناته- تنطوي على أهداف أوسع وأعمق من مجرد المعارضة، إنها المشاركة بمعناها الشامل في مختلف المجالات.

ثانياً: العلاقة بين الإعلام والمجتمع المدني

ليس هناك مواصفات محددة للعلاقة بين الإعلام والمجتمع المدني يمكن اعتبارها مقياسا أو مؤشرا لعلاقة جيدة أو غير فاعلة، لكن يمكن القول أن العلاقة بين الطرفين علاقة تكاملية، أو علاقة تأثير وتأثر. فالإعلام الفعال الذي يعزز الديمقراطية ويؤثر فيها ويتأثر بها هو ذلك الإعلام الذي يستند إلى مجتمع

مدني فعال وإلى قوى مضادة داخل المجتمع تعمل على إفراز ثقافة ديمقراطية وحراك سياسي يقومان على المراقبة وكشف الحقائق والوقوف أمام الفساد والتجاوزات واستغلال النفوذ والسلطة.

الحالة المصرية

وبالنظر إلى الواقع الفعلي في مصر تبدو العلاقة بين الإعلام والمجتمع المدني في الغالب علاقة سطحية، غير قائمة على رؤية بعيدة المدى وتمثل هذه العلاقة السطحية انعكاسا لواقع الطرفين (منظمات المجتمع المدني والإعلام) حيث نجد الأول يعاني من قيود عديدة تحول دون قيامه بدوره الفعلي جراء استلابه استقلاليته بنصوص قانونية والتضييق عليه من قبل السلطة بما يصل أحيانا إلى اتهام بعض مؤسسات المجتمع المدني بالعمالة والارتهان للخارج في حال بروز أنشطة لتلك المؤسسات لا تصب في اتجاه سياسة السلطة.

وفي ذات الاتجاه يشهد الواقع وجود عوائق عديدة تحول دون قيام وسائل الإعلام بدورها نتيجة القيود المفروضة على حرية التعبير وحرية الحصول على المعلومات.

ولا تزال السلطة تنظر للصحافة كأداة لتثبيت سيطرتها على المجتمع ووسيلة لتعبئة الجماهير لصالحها، وهي لذلك تنظر إلى دور الصحافي على أنه مكمل لدورها، ينبغي عليه أن يكيل لها المدح والتسبيح، ونموذج ذلك يبدو جليا في وسائل الإعلام الحكومية المسماة بالقومية وكذلك تلك الموالية للسلطة.

ووفق هذه النظرة يصبح الصحفي من المغضوب عليهم إذا استقصى وبحث وانتقد، والشواهد على ذلك كثيرة ومنها المضايقات والمطاردات والمحاكمات التي تجرى ضد الصحفيين،

وليس من قبيل المبالغة القول إن الإعلام في نظر بعض مؤسسات المجتمع

المعارضة للسلطة كالأحزاب مثلا، ليس بعيدا عن تلك الزاوية الضيقة أيضا، حيث لا يراد منه سوى أن يؤدي وظيفة تعبر عن رأي تلك الجهات، وتنتقد باتجاه واحد وأحيانا وفق مقاييس محددة سلفا بما يحد من دور الإعلام الحقيقي.

كما تسود نظرة لدى البعض في المجتمع المدني إلى الإعلام كناقل لخبر أو حدث معين بعيدا عن تأثيره في ذلك الحدث، وفي التعريف به، وفي صياغة وتحرير اتجاهاته الأساسية، ضمن رسالة تساهم في توجيه الرأي العام.

ومن ينظر إلى الإعلام بهذه النظرة يكتفي بما يعتبره شهادة توثيق حصل عليها من تناول إعلامي سطحي عن نشاطه أيا كان مستواه أو أثره، وقد ساعدت وسائل الإعلام الرسمية وغير الرسمية على تعميق هذا المفهوم الخاطئ.

وينبغي أن ينظر المجتمع المدني إلى الإعلام كوسيلة تؤدي إلى جانب نقل الأحداث وظائف التربية والتثقيف وإعادة تشكيل الوعي وتزويده بوسائل التفكير وتمكينه من الرؤية وتكوين الآراء والاتجاهات.

بمعنى آخر ينبغي النظر إلى الإعلام كعنصر من عناصر ثقافة المجتمع المدني، يؤدي دوره الحقيقي في الحياة المجتمعية، كوسيلة للتثقيف وتشخيص مواضع الخلل في المؤسسات الحكومية وغير الحكومية.

في المقابل نجد أن اهتمام مختلف وسائل الإعلام بمنظمات المجتمع المدني، يركز على تغطية الأنشطة التي تقوم بها تلك المنظمات بصورة آنية وسطحية، دون متابعة أهم القضايا التي تثيرها تلك المنظمات ومحاولة توسيع نطاقها للوصول عبرها إلى نتائج أكثر إيجابية لصالح الطرفين ولصالح المجتمع ككل.

وحتى ندرك أهمية الإعلام بالنسبة للمجتمع المدني أو أي مشروع أخر فهناك مثال من نيجيريا فقد وجد البنك الدولي أن هناك عدداً من المشروعات في دولة

نيجيريا بعد تنفيذها تكلفت مبلغ 2 مليون دولار ولم يكتب لها النجاح، وتكرر ذلك الأمر مع عدة مشروعات تالية، وبالبحث اكتشفوا أن المشروعات كان ينقصها الاهتمام بدعم عنصر الإعلام. ومن المفترض أن يقوم الإعلام بإبلاغ المجتمع الذي ولد فيه المشروع بفوائده وأسباب إنشائه، ومع إغفال هذا العنصر أحجم الناس عن المشروع وبالتالي كتب عليه الفشل.

وسوف نستعين في معرفة العلاقة بين الإعلام والمجتمع المدني من خلال التغطيات الصحفية بدراسة حديثة - غير منشورة - أجرتها كلية الإعلام بجامعة القاهرة بالتعاون مع كلية الإعلام بجامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا وتعنى هذه الدراسة بتحليل الصورة المقدمة عن المجتمع المدني في مصر بمختلف منظماته (جمعيات أهلية – نقابات مهنية – نقابات عمالية) في عينة من الصحف المصرية قومية وخاصة وحزبية، كما تعنى بدراسة المحددات المؤثرة في صياغة صورة تلك المنظمات ، ومدى الاتفاق أو الاختلاف في ملامح هذه الصورة من صحيفة لأخرى .

وإتساقا مع هذا الهدف، فقد استهدفت الدراسة الإجابة على مجموعة من التساؤلات الرئيسية الخاصة بكثافة الاهتمام الذي أولته العينة المختارة لدور المجتمع المدني وقضاياه؟ استناداً للمعايير الخاصة بحجم الاهتمام ونوعه، والفنون التحريرية التي تم توظيفها لتقديم صورة المجتمع المدني.

كما استهدفت الدراسة تحليل المصادر الصحفية وآليات توظيفها في صياغة التغطية الصحفية مع إبراز حدود الاتساق أو الاختلاف بين صحف الدراسة ودلالاته.

وقد استندت الدراسة في معالجتها الوصفية إلى معيارين أساسيين أولهما:

منهج التحليل المقارن وتحليل المضمون كميا وكيفيا على عينة مختارة من الصحف ذات التوجهات المختلفة سواء فيما يتعلق بسياساتها التحريرية و توجهاتها السياسية والأيديولوجية، أو في اهتمامها بالمجتمع المدني ودوره. وتشمل عينة صحف الدراسة:

. الصحف القومية: الأهرام (يومية) وأخبار اليوم (أسبوعية)

. الصحف الخاصة: المصري اليوم — الدستور — نهضة مصر (يومية)

. الصحف الحزبية: الأهالي (أسبوعية)

أما المعيار الثاني فقد استند إلى فترة زمنية محددة بسته أشهر (هي الفترة من يناير 2008 وحتى يونيو 2008) وقد شهدت تلك الفترة مجموعة من الأحداث والقضايا المجتمعية التي ساعدت في رسم ملامح دور المجتمع المدني من زوايا ورؤى مختلفة، استناداً لطبيعة التغطية الصحفية، وتحديدها للقوى السياسية والمجتمعية الفاعلة.

فقد أظهرت عملية تحليل المواد الصحفية مجموعة من النتائج ذات الدلالات والمعاني الخاصة بادراك ونظرة الصحفيين للمجتمع المدني ودوره المجتمعي والتنموي وموقعه في التفاعلات العامة التي تشهدها الساحة المصرية، وتتجلى هذه الدلالات بوضوح في مجموعتين من النتائج الرئيسية أولهما يتعلق بالسياسة التحررية وسبل معالجة قضايا المجتمع المدني المصري، وثانيهما تتعلق برؤى تلك الصحف للمجتمع المدني ومنظماته.

أ- السياسة التحريرية وسبل معالجة صحف العينة للمجتمع المدني

فرض تباين الأطر والفنون الصحفية في تناول شئون المجتمع المدني في مصر نفسه كنتيجة أساسية تكشف عنها درجة الاهتمام ومساحة التغطية الصحفية

في العينة المختارة.

1. اهتمام صحف الدراسة بالمجتمع المدني:

تشير النتائج إلى كثافة الاهتمام بتغطية أخبار منظمات المجتمع المدني. وقد كانت صحيفة المصري اليوم في مقدمة الصحف موضع الدراسة اهتماما بتغطية أخبار المجتمع المدني المصري ومناقشة قضاياه، حيث احتلت الترتيب الأول بنسبة 37.8٪، تليها جريدة الأهرام في المرتبة الثانية بنسبة 29.5٪، ثم نهضة مصر والدستور بفارق كبير بنسبتي 13.5٪، 12.5٪ على التوالي ويرجع تزايد الاهتمام بالمجتمع المدني إلى تعدد الاحتجاجات والاعتصامات والإضرابات التي قامت بها العديد من الفئات المهنية والعمالية خلال فترة الدراسة .

2. موقع المادة الصحفية:

تشير نتائج التحليل إلى غلبة ظهور المواد الصحفية المعنية بالمجتمع المدني في الصفحات الداخلية للصحف موضع البحث، ويرجع ذلك إلى ارتفاع نسبة القصص الخبرية التي تغطي أنشطة الجمعيات الأهلية خاصة في المجالات الخيرية والتطوعية والتي تعتبرها الصحف من الأخبار الخفيفة التي تنشر في الصفحات الداخلية، فضلا عن موقع الصفحات الداخلية المتخصصة للمجتمع المدني.

3. الفنون الصحفية:

أظهرت نتائج البحث غلبة المواد الإخبارية في تغطية صحف الدراسة لشئون المجتمع المدني مقارنة بمواد الرأي. فقد ارتفعت نسبة تلك المواد عن ثلثي المواد الصحفية المنشورة حول موضوع البحث، وهو ما يمكن إرجاعه بالنسبة لصحيفة الأهرام للتوسع في نشر الأخبار القصيرة التي تعني بمتابعة نشاط الجمعيات

الأهلية على وجه الخصوص. في حين يمكن إرجاع زيادة المواد الإخبارية في الصحف الخاصة إلى اهتمامها بتغطية الاحتجاجات التي شهدتها بعض النقابات المهنية والعمالية، والتوسع في نشر التقارير الإخبارية بشأن حقوق الإنسان وحريات التعبير.

هذا الاتفاق بين الصحف الخاصة والقومية . إلى حد كبير . في الاهتمام بالمتابعة الخبرية للأحداث، ارتبط أيضاً باتفاق أخر في انخفاض نسبة الاهتمام بتقديم قضايا المجتمع المدني من خلال إطار عام يهتم بتوسيع اطر المعرفة والإدراك بأهمية دور المجتمع المدني ومنظماته من ناحية، ويدعو القارئ للمشاركة الايجابية بالقدر الذي يساهم في تنمية ثقافة التطوع من ناحية ثانية فضلا عن نشر الوعي العام بأهمية المسئولية الاجتماعية لكافة شرائح المجتمع.

4. طبيعة المصادر الإخبارية:

- تكشف النتائج عن وجود اختلاف بين صحف الدراسة فيما يتعلق بالمصادر التي اعتمدت عليها في التغطية الصحفية لمنظمات المجتمع المدني، حيث ارتفعت نسبة الاعتماد على المصادر الرسمية في صحيفتي أخبار اليوم والأهرام بنسبتي 21.5٪ و12.3٪ على التوالي في حين لم تتعد نسبة الاعتماد على المصادر الرسمية في سائر الصحف عن 8.9٪.

- اتفقت صحف الدراسة في تزايد الاعتماد على المصادر التي تنتمي لمنظمات المجتمع المدني في المواد الصحفية موضع التحليل. فقد كانت صحيفة المصري اليوم الأكثر اعتمادا على تلك المصادر بنسبة 70.9٪، تليها صحيفة نهضة مصر بنسبة 68.5٪ ثم الدستور بنسبة 68.5٪ ثم الأهالي بنسبة 50٪، في حين كانت الأهرام أقل الصحف اعتماداً على مصادر من مؤسسات المجتمع المدني وكذلك

الأخبار التي تعني بمتابعة أخبار الجمعيات الأهلية بدون تحديد المصدر.

آليات توظيف المصادر:

تشير نتائج تحليل العينة إلى وجود ارتباط واضح لعملية توظيف التواجد المكثف لمصادر معينة (حقوقية / رسمية) واستخدام تصريحاتها ومقولاتها لدعم مواقف معينة على حساب سياسات ومصالح أطراف أخرى، وقد تم ذلك عبر عدة مسارات:

- استعراض تصريحات متكررة لمصادر رسمية عديدة تؤكد على التنسيق بين الوزارات والأجهزة الحكومية لحل مشكلات العمال وضمان حصولهم على حقوقهم ورفع مستوى معيشة العديد من الفئات المهنية والعمالية، وقد ظهر ذلك في الصحيفتين القوميتين موضع البحث.

- إعلاء خيارات بعض المنظمات المدنية حيث يتم استدعاء مصادر وتصريحات تلقي التبعة على الحكومة في تقييد العمل الأهلي، ووضع المعوقات أمام حرية التنظيم واستقلال المجتمع المدني.

- لا يقدم الخطاب الخبري في الصحف الخاصة موضع البحث تغطيته للأحداث بصورة متوازنة إذ يتم تقديم المصادر الحقوقية في مساحات كبيرة داخل القصص الخبرية دون تفنيد أو معارضة لمقولاتها من جانب مصادر رسمية.

- يتم توظيف تصريحات المصادر الحقوقية داخل الخطاب الخبري لصحف الدستور ونهضة مصر من أجل الهجوم على السياسات الحكومية فيما يتعلق باستقلال منظمات المجتمع المدني، وانتقاد التدخل الحكومي في النقابات المهنية والعمالية.

5. منظمات المجتمع المدني موضع الاهتمام:

تشير نتائج الدراسة إلى تفاوت واضح في اهتمام الصحف بمنظمات المجتمع المدني خلال فترة الدراسة، وإلى تباين في الأولويات التي توليها الصحف لكل نوعية من تلك المنظمات ويفسر ذلك في ضوء تباين أنماط ملكية الصحف وتنوع السياسات التحريرية لكل منها، وذلك على النحو التالي:

- ارتفعت نسبة الاهتمام بالجمعيات الأهلية وكانت في مقدمة اهتمامات صحف الأهرام بنسبة 61.8٪، وأخبار اليوم بنسبة 36٪، ونهضة مصر بنسبة 35.2٪، والأهالي بنسبة 61.1٪، ويمكن تفسير ذلك في ضوء زيادة نسبة المواد الإخبارية التي تهتم بتغطية ومتابعة الأنشطة الخيرية التي تقوم بها العديد من الجمعيات الأهلية.

- ارتفعت نسبة الاهتمام بالنقابات المهنية في جريدتي الدستور والمصري اليوم بنسبتي 61٪، و46٪، على التوالي. ويفسر ذلك في ضوء السياق السياسي والاجتماعي والاقتصادي الذي اتسمت به الفترة الزمنية للبحث والتي شهدت العديد من الاحتجاجات والإضرابات في مختلف الفئات للمطالبة بتحسين مستوى المعيشة، وقد ازداد اهتمام الصحف بتلك الأحداث التي شهدتها فترة الدراسة والتي كانت النقابات المهنية طرفا أساسياً فيها .

- ارتفعت نسبة الاهتمام بالنقابات العمالية في الصحف الخاصة والحزبية موضع التحليل مقارنة بالصحف القومية، وقد كانت صحيفة الأهالي أكثر الصحف اهتماما بتغطية الأحداث المتعلقة بالنقابات العمالية وذلك بنسبة 25 ٪ يليها الدستور بنسبة 20.3٪ ثم المصري اليوم بنسبة 19.3٪ ويفسر ذلك في ضوء السياسة التحريرية لصحيفة الأهالي والتيار الفكري الذي تعبر عنه .

- **طبيعة الجمعيات الأهلية:**

تشير نتائج البحث إلى وجود تفاوت واضح بين الصحف القومية من جانب والصحف الخاصة والحزبية من جانب آخر من حيث ماهية الجمعيات الأهلية موضع اهتمام الخطابات الصحفية موضع التحليل. ففي حين بلغت نسبة الاهتمام بالجمعيات الأهلية ذات النشاط التنموي 83٪ من جملة اهتمامات صحيفة الأهرام بالجمعيات الأهلية ونسبة 100٪ من جملة اهتمام صحيفة أخبار اليوم بالجمعيات الأهلية، انخفضت نسبة الاهتمام بالجمعيات التنموية في سائر الصحف موضع الدراسة لتصل إلى 40٪ في الأهالي، و23.5٪ في نهضة مصر، و30٪ في المصري اليوم، و8٪ في صحيفة الدستور.

كما أظهرت النتائج تباين حجم الاهتمام بمتابعة الجمعيات الحقوقية بين الصحف القومية من جانب والصحف الخاصة والحزبية موضع البحث من جانب آخر، وقد ظهر أثر التيار الفكري الذي تمثله كل صحيفة على حجم هذا الاهتمام وطبيعته، فقد كانت صحيفتا الدستور ونهضة مصر أكثر صحف الدراسة اهتماما بالجمعيات الحقوقية وذلك بنسبة 68٪ من إجمالي الجمعيات التي وردت في خطاب صحيفة الدستور وبنسبة 65٪ في صحيفة نهضة مصر، ومن جانب آخر انخفضت نسبة الاهتمام بالمنظمات الحقوقية في الأهرام إلى 3٪ فقط بينما ندر هذا الاهتمام واختفى خلال فترة الدراسة في صحيفة أخبار اليوم.

كذلك أوضحت النتائج بروز الحركات الاجتماعية في خطاب الصحف الخاصة موضع الدراسة في حين تم إغفال أي قصص خبرية أو تقارير تتناول هذه الحركات في الصحف القومية موضع الدراسة.وقد كانت صحيفة الدستور أكثر الصحف اهتماما بالحركات المدنية وذلك بنسبة 24٪ من إجمالي اهتمام الصحيفة بالجمعيات الأهلية، تليها المصري اليوم بنسبة 13.2٪، ثم نهضة مصر

بنسبة 2.5٪.

6. الأطر الإخبارية:

تباينت الأطر الإخبارية التي قدمت من خلالها صحف الدراسة شئون المجتمع المدني، إذ اختلفت الصحف القومية عن الخاصة والحزبية موضع البحث في ترتيب تلك الأطر، ففي حين كانت أطر التنمية (31٪) والاهتمامات الإنسانية (15٪)والمسئولية (27.5 ٪) هي الأطر السائدة في معالجات الأهرام، تراجع ورود هذه الأطر في المعالجات الصحفية للصحف الخاصة والحزبية موضع البحث حيث تأخر ورود إطار التنمية إلى الترتيب السادس في المصري اليوم بنسبة 5.3٪ والترتيب الأخير في الدستور بنسبة 9٪، كما تراجع ترتيب إطار الاهتمامات الإنسانية إلى الترتيب الأخير بنسبة 9 ٪ في الدستور، وفى المصري اليوم 2,9 ٪ وفى نهضة مصر 4,9 ٪ وفى الأهالي 2,7 ٪ ، في حين كان إطار الصراع من أبرز الأطر السائدة في الصحف الخاصة فقد احتل الترتيب الأول في الدستور بنسبة 37,2 ٪ والترتيب الثاني في المصري اليوم بنسبة 29 ٪ ، في حين تراجع إلى ذيل قائمة الأطر التي قدمت من خلالها الأهرام شئون المجتمع المدني ولم تتعد نسبة وروده 6,4٪ .

- تباينت توجهات الخطابات الصحفية على مستوى الكيف في تناولها شئون المجتمع المدني في إطار المسئولية. فقد ركزت صحيفة الأهرام على إبراز قيام المؤسسات الحكومية والوزارات بمسئولياتها تجاه المواطنين، والتأكيد على جهود الجمعيات الأهلية (غير الحقوقية) في القيام بمسئولياتها المجتمعية والتركيز على التزام القيادات النقابية العمالية بمسئوليتها ورفض العمال الاشتراك في الاعتصامات مع "التيارات والعناصر المندسة"، وقيام اتحاد العمال بمسئوليته في نزع فتيل التوتر في المقابل ركزت صحيفتا الدستور ونهضة مصر ضمن إطار المسئولية على إبراز عدم قيام الوزارات والأجهزة الحكومية بمسئولياتها وتقاعسها

عن أداء دورها، وعدم جدية الحكومة في تحسين الأوضاع المالية لبعض الفئات مثل الأطباء. والتركيز على القصور في النقابات العمالية، والهجوم على التنظيمات النقابية الرسمية بعدم تعبيرها عن مصالح العمال ووجود مساحة تفصل بينها وبين العمال وانشغال النقابيين بصراعاتهم من أجل المناصب التي تدر الأموال على حساب الاهتمام بقضايا العمال .

ومن الملاحظ، اختلاف صحف الدراسة فيما يتعلق بورود إطار الحريات المدنية والحقوق النقابية الذي كان واضحا في الصحف الخاصة (على سبيل المثال بنسبة 21.1٪ في المصري اليوم) في حين ندر ظهوره في الصحف القومية محل البحث.

ب: رؤى صحف الدراسة للمجتمع المدني في مصر

1. أوضاع منظمات المجتمع المدني بصفة عامة :

تشير النتائج إلى تباين رؤى صحف الدراسة لأوضاع منظمات المجتمع المدني. فقد ربطت الأهرام ضعف تلك المنظمات بمجموعة من العوامل التي يأتي في مقدمتها سيطرة الحكومة عليها خلال النصف الثاني من القرن العشرين من ناحية، ووجود بعض الاختلالات البنيوية في هذه المنظمات من ناحية ثانية، وافتقارها إلى التقاليد الديمقراطية من ناحية ثالثة، بينما أبرزت أخبار اليوم دور المجتمع المدني كشريك ثالث في التنمية واعتبار منظماته الأكثر التصاقا بالقواعد الشعبية والأقدر على تقديم الخدمات العامة بين المجتمعات المهمشة.

من جانب آخر اهتمت سائر صحف الدراسة بالقيود التي تواجه المجتمع المدني وتحجيم دوره وتناقض ذلك مع التزامات حقوق الإنسان التي وقعت عليها الحكومة المصرية، هذا فضلا عن ذكر العديد من التحديات التي تواجه العمل

الأهلي ومنها: ضعف الوعي المجتمعي، ونقص مساحة المبادرة لدى المواطن، وتأثيرات الفقر، وانخفاض مستوى المعيشة، واعتبار هذه التحديات مفسرا لضعف المشاركة المجتمعية في العمل التطوعي .

وفي النهاية تؤكد الدراسة على استخلاص جوهري يتعلق بالدور المؤثر الذي تضطلع به ملكية الصحيفة والتيار الفكري الذي تعبر عنه ومن ثم سياستها التحريرية في تقديم صورة معينة لدور المجتمع المدني في مصر كما تبرز نتائج الدراسة أثر السياسة التحريرية للصحيفة و التوجه الذي تعبر عنه في اختيار المصادر الصحفية مما يسفر عن توجيه المعالجات الصحفية نحو إبراز سمات معينة لصورة المجتمع المدني واستبعاد سمات أخرى، والتأكيد على موقف معين يتفق والسياسة التحريرية للصحيفة والأهداف التي تبغي تحقيقها وتهميش مواقف أخرى.

فقد كان إطار الحريات المدنية والحقوق النقابية أكثر بروزا في الصحف الخاصة والحزبية موضع الدراسة، في حين ندر الاهتمام به في الخطاب الصحفي للصحف القومية عينة البحث. وقد ظهر ذلك في اهتمام المصري اليوم بإطار الحريات النقابية والعمالية والتوسع في النشر عن التدخل الحكومي في العمل النقابي وفى الانتخابات النقابية والعمالية وانتقادات منظمة العمل الدولية لمصر في ذلك الشأن، وقد تم تجاهل مثل هذه الموضوعات تماماً في صحيفتي الأهرام وأخبار اليوم.

كما أن الصحف الخاصة التي تتبنى قيما ديمقراطية ليبرالية أعطت مساحة للنشر وتغطية أخبار المجتمع المدني انطلاقاً من رؤيتها الخاصة لأهمية نشر أفكاره والتعرف على دوره بهدف تنمية هذا الدور. ولذا سعت إلى تناول بعض القضايا الشائكة التي تواجه المجتمع المدني مثل إشكالية التمثيل والتعددية النقابية، وهو

ما تم إغفاله عمداً في الصحف القومية محل البحث.

وهكذا، تكشف نتائج الدراسة عن الحاجة لإجراء العديد من الدراسات لزيادة مساحة المعرفة الدقيقة للعديد من الجوانب التي كشفت عنها الدراسة والتي تناولتها بمستويات مختلفة، والتي يأتي في مقدمتها: طبيعة الثقافة التي يرسخها الإعلام بشأن المجتمع المدني، ودور وسائل الاتصال الحديثة كالانترنت وما صاحبه من أشكال جديدة كالمدونات والمواقع الاجتماعية مثل "الفيس بوك" في نشر الثقافة المدنية. هذا فضلا عن الحاجة إلى التعرف على الصحف والمطبوعات الصادرة عن منظمات المجتمع المدني والمواقع الالكترونية التي تطلقها تلك المنظمات وحدود الدور الذي تقوم به في التفاعل مع المجتمع وفى التعبير عن قضاياه. كما تبدو الحاجة ماسة لإجراء العديد من البحوث الميدانية حول مدى انتشار الثقافة المدنية وقيمها بين فئات المجتمع المختلفة، خاصة الشباب وحدود دور الإعلام في نشر وترسيخ تلك الثقافة.

ثالثاً: إشكاليات العلاقة بين منظمات المجتمع المدني والإعلام

لقد بات المجتمع المدني أحد أدوات التغيير الفعلية والناشطة، بحيث لم يعد يقتصر دوره على تقديم الخدمات التنموية فحسب، لا بل أصبح ناشطا أساسيا في الدفاع عن الديمقراطية والحريات ومحاربة الفساد بكل أشكاله، والدفاع عن حقوق الإنسان من خلال المراقبة والرصد وتنظيم حملات المدافعة والمناصرة والدعوة للمشاركة في صنع الخيارات التي تؤثر في حياة المواطنين. وبمعنى آخر، فان مهمة المجتمع المدني هي تمكين المجتمع من اجل الانتقال به من واقع الرعية إلى المواطنة والمشاركة في بناء المجتمع.

وبذلك، لم يعد كافيا مجرد التحدث وعرض الأهداف والحقوق فحسب، لا

بل باتت مسألة التغيير ضرورية ينخرط فيها المجتمع المدني بكل مكوناته الاجتماعية والاقتصادية والثقافية بما فيها وسائل الإعلام. ومما لاشك فيه أن للإعلام دوراً في التوعية والتعبئة والمتابعة والرصد والتنظيم. وفي مراحل التخطيط للحملات الميدانية التي تقوم بها منظمات المجتمع المدني والتي تستهدف التغيير على مختلف مستوياته، يلعب للإعلام دورا بارزاً، وفق ما يطلق عليه اصطلاحا "الإستراتيجية الإعلامية الفعالة". وفي هذا السياق، ولكي يتمكن المجتمع المدني من الاستفادة القصوى من الإعلام، لا بد من الإجابة على عدة تساؤلات: كيف ينشأ تحالف بين منظمات المجتمع المدني ووسائل الإعلام؟ وكيف يتم التخطيط للحملة الإعلامية وبالتالي التوجه نحو وسائل الإعلام واستثارتها؟ كيف يمكن لوسائل الإعلام أن تساهم إلى جانب مؤسسات المجتمع المدني في الحملات كشريك معني في عملية التغيير؟

ولإقامة علاقة متينة بين وسائل الإعلام والمجتمع المدني يجب أن تراعى المصالح المشتركة لكلا الطرفين. وفي ذلك يجب آن نراعى سعي منظمات المجتمع المدني لتأمين التغطية الإعلامية للنشاطات والتحركات التي تقوم بها، وهو دور اقرب لان يكون إعلانيا فيساهم في الترويج للقضايا التي تعمل عليها وفي توعية الجمهور لها ، مستفيدا من التأثير الكبير للإعلام في المجتمع. وأن تنخرط وسائل الإعلام في الحملات، وتتبناها كإحدى قضاياها الأساسية، فتساهم في إثارة الرأي العام وتعبئته، لا بل تساهم في صناعة رأي عام قادر على الاستجابة إلى تحديات التغيير.

وللمساهمة في التقريب بين وسائل الإعلام والإعلاميين ومنظمات المجتمع المدني لا بد من تغيير وجهة الاهتمام لدى الإعلام. فغالبا ما تستقطب الإعلام القصص المثيرة، والوضع الأمني في البلد، أو الوجوه السياسية، وممثلو الحكومات،

وأعضاء البرلمان، فيعطونهم الأولوية والاهتمام على حساب الأنشطة التي تنظمها منظمات المجتمع المدني. وبالتالي على هذه الأخيرة أن تراعي قدر الإمكان هذه الحاجة التسويقية وتسعى إلى توفيرها من غير أن يؤثر ذلك على مضمون الرسالة المطلوب إيصالها إلى المواطن.

ولا بد من بناء الثقة بين الإعلام ومنظمات المجتمع المدني التي تشكك بكفاءات الإعلاميين وعدم اطلاعهم على الملفات بشكل كاف ودراستها بما يمكنهم من التعبير عنها بطريقة جيدة. وبالمقابل، يعتبر الإعلاميون أن منظمات المجتمع المدني لا توليهم الاهتمام الكافي ويتهمونها بحب الظهور وبمحاولة تلميع صورتها وبالوصولية والانحياز إلى جهاتها المانحة، وأن أغلب هذه المنظمات هدفها البحث عن المال فقط وفي هذا السياق، على وسائل الإعلام والإعلاميين أن يركزوا على مضمون الرسالة ويعملوا على إيصالها إلى المواطنين بأكثر الوسائل المهنية المكنة بمعزل عن موقفهم من هذه المنظمات. وفي كلتا الحالتين، هناك تواصل مفقود يتطلب جهودا متبادلة من كلا الطرفين ، بحيث يعطي الإعلاميون الاهتمام الكافي لمثلي منظمات المجتمع المدني ولأنشطتهم وبرامجهم، في حين تولي منظمات المجتمع المدني اهتماما كافيا بالوسائل الإعلامية وتراعي ظروفها وتحترم التوقيت الملائم في نشر وإيصال الخبر أو المعلومة. والمطلوب في الحالتين التركيز على الرسالة والأهداف الإحداث التغيير المطلوب في المجتمع، وهو هدف مشترك الوسائل الإعلام ومنظمات المجتمع المدني.

وعلى الرغم من أن المنظمات الحقوقية قامت وما زالت تقوم بأدوار مهمة في توسيع مساحات الحرية، ومساعدة المجتمع المدني على النهوض، إلا أنها لم تنجح بشكل كاف في أن توصل رسالتها إلى المجتمع، كما أنها لم تراكم خبرة كافية تؤهلها للتعامل الكفء مع الصحافة لثلاثة أسباب كالتالي :

1- لا تهتم منظمات المجتمع المدني بجاذبية مطبوعاتها، ومواقعها الالكترونية، ربما لأنها لا تعتمد على محترفين، وربما لأنها لا تنطلق من أن دورها هو جذب الجمهور لرسالتها وبالأدوات المتعارف عليها، وهو ما يمكن إجماله بأنها تفتقد خبرة التسويق، وربما لا تهتم بها في الأساس.

2- لا تجيد تلك المنظمات بشكل كبير التسويق للقضايا التي تتبناها. والأمثلة كثيرة، منها مثلاً التقارير التي تصدرها هذه المنظمات، فرغم خطورة ما تتضمنه، إلا أن الأمر في الأغلب الأعم يتوقف عند حدود إصدار هذه التقارير.

3- لا تتعامل منظمات المجتمع المدني بكفاءة مع الصحفيين، ربما لأنها لا تتفهم أن هذه المهنة لها متطلبات - بحكم طبيعتها - منها على سبيل المثال أن الفيصل ليس دائما أهمية الحدث، ولكن جاذبيته. فالعلاقة مع الصحافة والصحفيين، ومع المجتمع كله تحتاج إلى حملات تسويق مبتكرة، وقادرة على الجذب والحشد

ثالثاً: مقترحات لإيجاد علاقة أكثر إيجابية بين المجتمع المدني والإعلام

لا يمكن غض الطرف عن محاولات قائمة للتنسيق بين مؤسسات مجتمع مدني وشخصيات إعلامية وأخرى ناشطة في المجالين السياسي والحقوقي بدأت تخلق نوعا من العمل الجماعي ذي الأثر الايجابي، لكنها محاولات لا تزال محكومة بالعلاقات الشخصية أكثر من سيرها نحو المؤسسية، كما لا تزال أنشطتها أقرب إلى ردود الأفعال أو إلى التحرك وفق مستجدات الواقع وليس وفق برامج مدروسة وذلك ما يفسر عدم قدرة تلك المحاولات على التركيز على قضايا محددة والعمل على انجازها.

وإزاء ذلك تبدو الحاجة ماسة إلى علاقة وثيقة قائمة على المؤسسية بين

منظمات المجتمع المدني من جهة وبينها وبين الإعلام من جهة أخرى بما يساهم في نشر ثقافة المجتمع المدني ويحقق معنى الشراكة الحقيقية للمجتمع صاحب السلطة الفعلية وبما يعمل على إزالة الصلة القائمة بين الطرفين على العلاقات الشخصية.

كما نحتاج من أجل ذلك إلى وجود مؤسسات إعلامية حرة تكون هي جزءا من مؤسسات المجتمع المدني. مؤسسات إعلامية حرة تمتلك الإدارة والتنظيم والهيكلة والوسائل والكادر البشري المؤهل. فالإعلام الحر يساعد على تحسين كفاءة منظمات المجتمع المدني، والعكس صحيح أيضا.

ومن خلال وجود تلك العلاقة يستطيع الطرفان تبني برامج تعمل على:

1- النضال من أجل تغيير التشريعات المعيقة لإنشاء منظمات المجتمع المدني ومزاولتها لأنشطتها والمعيقة كذلك لحريّة إصدار الصّحف وملكيتها وإدارتها وحرية التعبير وتدفق المعلومات وتداولها.

2- النضال من أجل رفع أشكال الرقابة الضمنية على وسائل الإعلام والمطبوعات وعلى منظمات المجتمع المدني بما يضمن ممارستها لمهامها بحرية واستقلال.

3- وضع برامج تدريبيّة خاصّة بالإعلاميين لتمكينهم من أداء دورهم الرقابي تجاه الحكومة والمجتمع المدني في نفس الوقت.

وفي هذا المجال يمكن أن تعمل منظمات المجتمع المدني والإعلام على وضع أولويات لقضايا توجه نحوها بعض أنشطتها - مع تفرد كل منها بأنشطة أخرى - بما يؤدي إلى انجاز تلك القضايا ومن أمثلة ذلك:

4- تبني أنشطة تضغط في اتجاه إقرار مشروع قانون الحق في الحصول على

المعلومات المطروح أمام مجلس الشعب منذ سنوات طويلة.

5- تبني أنشطة تضغط في اتجاه تعديل قانون الجمعيات الأهلية (القانون رقم 84 لسنة 2002) بما يزيل القيود المفروضة على إنشاء منظمات المجتمع المدني وممارستها لأنشطتها في عدد من التشريعات.

6- تبني أنشطة تضغط في اتجاه تجسيد حقوق الإنسان وفق المعايير الدولية في الاتفاقيات والمعاهدات الدولية من خلال التركيز على حقوق محددة.

7- إعداد وتدريب بعض كوادر الجمعيات على إدراك أهمية الإعلام والوعي بكيفية التعامل معه، وتوعية الإعلاميين بطبيعة ومشاكل ودور المجتمع المدني.

8- مطالبة الجمعيات الأهلية بالتعامل بقدر من الشفافية والوعي بأهمية نشر أخبارها وانفتاحها على الإعلام والمجتمع.

9- تحديد مساحات ثابتة في وسائل الإعلام لأخبار المجتمع المدني والتعريف بدوره.

ولكن كيف نفعل العلاقة بين الإعلام ومنظمات المجتمع المدني؟، نعتقد أن الأمر يحتاج لعدة خطوات، منها على سبيل المثال لا الحصر:

- دعوة الجمعيات إلى إقامة مراكز إعلامية.
- تخصيص ساعات إرسال في الراديو والتليفزيون.
- تخصيص صفحة في الجرائد اليومية.
- تخصيص حملات إعلانية مدفوعة الأجر عن النشاط الأهلي.
- إنشاء جهاز في وزارة التضامن الاجتماعي لتوفير المعلومات عن الجمعيات

والتعريف بأنشطتها.

- وجود منسق إعلامي داخل كل جمعية.

وأخيراً يبقى أن هناك دوراً لتلك لجمعيات عليها أن تقوم به للتواصل مع الإعلام أهمه على الإطلاق هو:

- توفير بيانات صحيحة من خلال الشفافية عن أنشطة الجمعية.

- عقد ندوات ودعوة أجهزة الإعلام للتعريف بأنشطة الجمعيات.

- عقد دورات تدريبية للإعلاميين من كافة الوسائل (صحافة مطبوعة – إذاعة – تليفزيون – صحافة إلكترونية) لتدريب هؤلاء الإعلاميين على كيفية التعامل مع القضايا التي تتبناها منظمات المجتمع المدني وخاصة المنظمات الحقوقية.

الفصل السابع

تقنيات علاقات الإعلام

الفصل السابع

تقنيات علاقات الإعلام

1. بيانات للصحف

بيان للصحف (Press Release بالانجليزية) هو بيان مكتوب يرسله شخص أو منظمة للصحفيين، لإخبار الجمهور بمعلومات لها قيمة إخبارية.

البيان للصحف عليه أن يخدم أهداف الشخص أو المنظمة الذين قاموا بنشره وخلق انتباه ايجابي من وسائل الإعلام فيما يتعلق بفعالية، نوايا مصرحة او انجازات ناشر البيان.

يتوقع من الصحف عدم تقبل بيان للصحف كحقيقة مطلقة. الصحفي عليه مداخلة المعلومات مع مصادر إضافية، التأكد من صحة التفاصيل واستيضاح تفاصيل أخرى من مرسل البيان. بالإضافة، عندما يعتمد خبر بشكل كامل على معلومات مرسلة من قبل أي طرف من خلال بيان صحفي، يتوقع من الصحفي ان يذكر ذلك في الخبر. ومع هذا، التجربة تبين انه في العديد من الحالات بيانات للصحف تنشر تماما كما هي، بدون ذكر المصدر وبدون أي تحقيق إضافي.

الصفحات التالية تحتوي على بيانات للصحف من أطراف مختلفة:

وزارة الخارجية

مكتب رئيس الوزراء

وزارة المالية

وزارة الدفاع

الناطق بلسان جيش الدفاع الإسرائيلي

عدالة

الحركة من اجل جودة السلطة

مجلس يشاع

بتسلام

تمعنوا في الصحف اليومية وفي مواقع الأخبار، وحاولوا إيجاد أخبار كتبت في أعقاب بيانات للصحف. تطرقوا إلى النقاط التالية:

- إلى أي درجة يوجد تشابه بين نص الخبر المنشور ونص البيان للصحف؟
- هل يوجد فرق باهتمام وسائل الإعلام لبيانات الأطراف المختلفة؟
- ماذا كان هدف المنظمات من وراء نشر البيانات للصحف وهل تم تحقيقه؟

كيف يتم كتابة\نص بيان للصحف:

في البداية، علينا التذكر أن في طاقم وسائل الإعلام المختلفة يتم يوميا استقبال مئات البيانات للصحف من أطراف مختلفة. قسم كبير منها لن تحظى بالنشر. علينا أن نجعل بياننا يحظى بانتباه الصحفيين والمحررين وإقناعهم انه ذو قيمة اخبارية (تعلمنا عن المصطلح "قيمة اخبارية" في فصل الاخبار). علينا ان نتذكر، ان بيانات للصحف من مؤسسات كبيرة او مقربة من مراكز السلطة (مثلا: وزارات الحكومة، جيش الدفاع الإسرائيلي، بنك اسرائيل، مؤسسة التامين الوطني او شركات تجارية كبيرة) لها بشكل عام افضلية على مؤسسات صغيرة غير معروفة.

ثانيا، علينا اختيار جمهور الهدف، وبحسبه، وسائل الاعلام التي نريد التوجه اليها في زمن الفاكس والبريد الالكتروني لا يوجد مشكلة تقتية بارسال البيان للصحف لوسائل اعلام عديدة، ولكن علينا ان نقرر ما هي القنوات التي يهمنا كثيرا ان ننشر بها معلوماتنا – هل هي وسيلة اعلام قطرية ام محلية، مطبوعة ام مصورة. علينا التعرف على روتينات العمل في وسائل الاعلام هذه (مثلا، متى يتم اغلاق ملاحق نهاية الاسبوع، متى يقرر الـ "لاين- اب \ قائمة الاسماء" لموجز الاخبار، من هو الصحفي الملائم) وملاءمة انفسنا لهم. بالاضافة، تعارف شخصي مع الصحفي او المحرر لن يضر ابدا.

مبنى البيان عليه ان يتناسب مع الوسيط: اذا ارسلنا بيانا للصحيفة، علينا كتابته كخبر صحفي تماما – يشمل الاسئلة الخمسة، مبنى الخبر الذي يضم عنوان- مقدمة- جسم والطول المناسب للنشر في الصحيفة. عليكم ترتيب الحقائق والرسائل المهمة لكم في العنوان والمقدمة، ومفضل ان تكون ذات قيمة اخبارية. يجب التدقيق على ان لا يكون طول الخبر اكثر من صفحة. اذا كانت المادة التي بودكم ارسالها معقدة (مثلا: تقرير بحث)، ارفقوا للتقرير خبرا يلخص لب التقرير عندما نرسل خبرا للتلفزيون او الراديو، في اعقاب ذلك سنتوقع ان يعدو نبأ قصيرا عن الموضوع. علينا ان نستعد لذلك مع اقتباسات، قائمة باسماء المقابلين ومعلومات اخرى بامكاننا تزويدهم بها.

على أي حال علينا ان نرفق للبيان اسما، رقم هاتف وعنوان بريد الكتروني حيث يمكن للصحفيين التوجه للحصول على معلومات اضافية منها.

تمرين:

تم تعيينك الناطق بلسان البلدية\المجلس في مكان سكناك. قم باختيار حدث

حصل مؤخرا في مكان سكناك، واكتب عنه بيان للصحف. الحدث ممكن أن يكون مدبرا أو عفويا، سلبيا أو ايجابيا.

اكتب مؤسسات الإعلام التي سترسل إليها البيان، وما هو الهدف الرئيسي من وراء النشر.

2. تسريبات – توصيل المعلومات بوسائل غير رسمية

بيانات للصحف، كما أيضا مؤتمرات صحفية، خطابات ومقابلات – هي جميعها طرق واضحة ورسمية للربط بين عناصر الدعاية والتحدث بلسان والسلطة وبين الصحافة. إلى جانبها، يقام تحويل معلومات في قنوات غير رسمية.

"تسريب" هو كنية لتحويل معلومات كهذه. نحن معتادون على سماع تسريبات حدثت بوساطة شخص وحيد يكشف معلومات يحاول تنظيم معين إخفاءها، ولكن في الواقع التسريبات، كبيانات للصحف، هي جزء من سياسة المعلومات لكل تنظيم يهتم بالتحدث والناطق بلسان.

من وراء كل تسريب يقف مصدر له مصلحة معينة. مثل هذه المصلحة يمكن ان تكون:

1. "بالون تجربة"، وهو وسيلة يستعملها في الأساس عناصر سياسية للوقوف (بواسطة التسريب) على ردود فعل الجمهور لبرامجهم المستقبلية، قبل أن يلتزموا علنيا بهذه البرامج. على سبيل المثال: رئيس الوزراء معني بطرح برنامج سياسي جديد. قبل أن يلتزم بها بشكل رسمي يخرج ترسيب عن البرنامج من قبل "عنصر كبير بمكتب رئيس الوزراء"، وبعد ذلك بأيام يدور نقاش جماهيري عن البرنامج. اذا تبين لرئيس الوزراء ان لدى الجمهور معارضة شديدة للبرنامج، بإمكانه إنكارها أو تصليحها.

2. مساعدة في الترقية الشخصية للمصدر، لتنظيمه أو لشخص أو تنظيم آخر. المصدر بإمكانه "التفاخر" بانجازاته بدون أن يفهم الأمر بصورة سلبية.

3. إفشال (او ترقية) عملية مخططة لشخص أو تنظيم معين.

4. مواطنة جيدة- يطلب المصدر كشف فساد و\أو تصليح خلل.

5. فضل يتلقاه المصدر من الصحفي أو وسيلة الإعلام التي سرب إليها المعلومات.

كمتحدثين وناطقين بلسان، أساسا البنود 1- 3 هي الملائمة لنا. من المعتاد التحدث عن استعمال الصحفيين للتسريبات، ولكن في نطاق الدعاية والتحدث بلسان المثير للاهتمام هو استعمال المصدر للصحفي. الأفضلية المخفية في التسريب انه لا يمكن اعتباره عملية دعاية وتحدث بلسان. القارئ لا يعرف ما هو مصدر المعلومات ولهذا لا يقوم بنسب مقاصد لها مصلحة بالنشر، وينسب للنشر مصداقية أعلى.

للتسريبات يوجد أيضا وظيفة أساسية في خلق "ספין" إعلامي. بواسطة توصيل معلومات جديدة يمكن طرح مواضيع على جدول الأعمال اليومي أو تغيير اهتمام الإعلام والتاطير.

على سبيل المثال: أثناء قضية الرئيس كتساب، عندما كثرت الشهادات ضد الرئيس، تم التسريب للإعلام معلومات عن ماضي إحدى المشتكيات. هدف المسربين كان ضعضعة مصداقية المشتكية لدى الرأي العام (وبواسطة ذلك، التأثير على المحققين). بالرغم من أن هوية المسربين لم تكشف، واضح، باحتمال كبير للغاية، انه يدور الحديث عن الأشخاص الذين عملوا لدى الرئيس أو مقربين منه.

3. علاقات صحفي- مصدر

كيفما شاهدنا، للصحفي يوجد مصدران – مصدر علني ومصدر خفي. المصدر العلني يرسل المعلومات بوساطة رسائل للصحف، مؤتمرات صحفية وايضا "اطلالات مباشرة" – خطابات، ردود فعل بالبث وما شابه. المصدر الخفي يرسل المعلومات بواسطة تسريبات – توصيل المعلومات بطريقة غير رسمية. احدى القواعد الاخلاقية المهمة جدا في الصحافة هي حظر الصحفي من كشف مصدر خفي. في الماضي كانت حالات تعرض بها الصحفيين للتحقيق او المخاطرة بدخول السجن - ولكنهم رفضوا كشف مصادر معلوماتهم.

بالاضافة، يمكن تقسيم مصادر الصحفي لمصادر مؤقتة ومصادر ثابتة:

-مصدر مؤقت: يرسل معلومات لمرة واحدة، او يرافق الصحفي اثناء "القصة" هذا عبارة عن مصدر "استعمل والقي". بعد انهاء التغطية، الصحفي والمصدر غير ملزمين ببعضهما.

-مصدر ثابت: يبقى بعلاقة طويلة الامد مع الصحفي. يخلق التزاما متبادلا بين الصحفي وبين المصدر. في اطار العلاقة تجري لاكثر من مرة لقاءات بين الصحفي والمصدر من اجل محادثات خلفية و"ارشادات". ربما في هذا الاطار يحصل الصحفي على معلومات يطلب منه عدم نشرها.

العلاقات بين الصحفي والمصدر معقدة. ربما يتحول المصدر المؤقت مع الوقت الى مصدر ثابت. وربما المصدر الذي يعمل بطريقة علنية ويرسل معلومات بشكل رسمي، يرسل قسم من المعلومات بواسطة التسريبات. سياسة الدعاية والتحدث بلسان لمنظمة يجب ان تضم الدمج الصحيح (بالنسبة للمنظمة) بين ارسال المعلومات بشكل علني ورسمي وبين ارسال المعلومات بطريقة غير رسمية(تسريبات).

مهمة:

طالعوا صحف يومية ومواقع انترنت. حاولوا معرفة اي من الاخبار مصدرها ارسال معلومات بطريقة رسمية، واي منها مصدرها تسريبات. فسروا قراركم.

2. تحليل دعاية وتحدث بلسان

(للمعلم)

كيف نحلل دعاية وتحدث بلسان؟ هل لكي نعرف اذا كانت حملة دعاية وتحدث بلسان معينة "ناجحة" او "فاشلة" يكفي ان نشاهد السطر الاخير – كم من الاشخاص نجحت باقناعهم، او يوجد مؤشرات اخرى؟ لكي نفحص دعاية من البلاد ومن العالم سنستعمل عملية تحليل لها عشر مراحل للباحثيْن جوويت واودنول (Jowett & (O'donell, 1992).

المراحل العشرة لتحليل دعاية وتحدث بلسان:

1. الايديولوجيا والاهداف لحملة الدعاية والتحدث بلسان
2. السياق الذي يتم به الدعاية والتحدث بلسان
3. هوية المتحدث والناطق بلسان
4. مبنى تنظيم الدعاية والتحدث بلسان
5. جمهور الهدف
6. تقنيات استعمال وسائل الاعلام
7. تقنيات خاصة اخرى
8. رد فعل الجمهور لتقنيات مختلفة

9. دعاية – ضد (اذا وجدت)

10. تاثيرات وتقدير

1. الايديولوجيا والاهداف لحملة الدعاية والتحدث بلسان: "الايديولوجيا" هي وجهة نظر. هي تقررما "الجيد" وما "السيء"، ما "الصحيح" وما "غير الصحيح". الايديولوجيا تحتم، بشكل كبير، التأطير الذي تحدثنا عنه في الدرس السابق، بمعنى، اي فحوى يعطي الناس للمعلومات المعروضة امامهم. باحث الدعاية والتحدث بلسان سيهتم ايضا باهداف حملة الدعاية والتحدث بلسان: هل اعدت من اجل رفع الوعي لموضوع معين (مثلا: معاناة اللاجئين في السودان)، محاولة التاثير على الناس للقيام بفعالية معينة (التصويت بالانتخابات، التبرع لمنظمة معينة) او التاثير على تصرفاتهم في المدى البعيد (تحدث ونطق بلسان ضد استعمال المخدرات، من اجل وضع حزام الامان وما شابه).

2. السياق الذي تتم به الدعاية والتحدث بلسان: لكي نحلل بشكل جيد حملة دعاية وتحدث بلسان علينا معرفة الزمن الذي اجريت به. ما يميز الفترة؟ هل كان زمن سلام او حرب، ما هو "المزاج الجماهيري"، ما هي المواضيع المهمة على جدول الاعمال اليومي؟

3. هوية المتحدث والناطق بلسان: تتم الدعاية والتحدث بلسان بشكل عام عن طريق مؤسسات او منظمات، في حين ان الشخص الذي يجري على ارض الواقع الدعاية والتحدث بلسان هو قائدهم او من قبلهم. احيانا نعرف هوية المنظمة واحيانا يجب الكشف عن هويتها لفهم الاهداف الحقيقية لحملة الدعاية والتحدث بلسان. بالاضافة، يوجد دلالة للشخص الذي تختاره المنظمة/الدولة لكي يمثلها: لماذا تم اختيار هذا الشخص بالذات؟ هل هو مشهور ومعروف لدى

جمهور الهدف؟ هل القيم التي يمثلها تنسجم مع رسالة حملة الدعاية والتحدث بلسان؟

شاهدوا التقرير التالي:

1. تم تصوير التقرير لدى افتتاح معرض سياحة عالمي في بريطانيا. اي قيم تمثلها "بار رفائيلي" وتناسب، برأيكم، الرسالة التي تريد وزارة السياحة توصيلها؟

2. من، بحسب رأيكم، سيكون جمهور الهدف للحملة؟

3. هل لديكم نقد على اختيار "بار رفائيلي"؟ هل كنتم ستقدمون توصية لوزير السياحة باختيار شخصية اخرى؟ فسروا.

4 مبنى منظمة الدعاية والتحدث بلسان: حملة دعاية وتحدث بلسان ناجحة تتم بشكل عام بواسطة منظمة قوية، مركزية وذات تدرج واضح. فقط بهذه الطريقة يمكن التأكد من رسالة متعاقبة وواضحة. باحث الت الدعاية والتحدث بلسان سيفحص ما هو تقسيم الوظائف داخل المنظمة، ومن هم الاشخاص الذين يشكلون المنظمة، ومن هم القائدون وكيف يؤثر كل ذلك على نجاح الدعاية والتحدث بلسان.

5. جمهور الهدف: لمن الدعاية معدة ولماذا تم اختيار جمهور الهدف المحدد؟ هل جمهور الهدف هو جماهيري ام مجموعات مختلفة؟ وهل يتوجه الدعاية والتحدث بلسان للمجتمع باسره او لاجزاء منه؟. مثال: في الدعاية والتحدث بلسان ضد استعمال المخدرات اجريت حملة موجهة الى الشباب وحملة اخرى منفصلة موجهة للاهالي.

6. تقنيات استعمال وسائل الاعلام: الدعاية والتحدث بلسان الجديد يستعمل كل طرق وسائل الاعلام الموجودة – من التلفزيون، الراديو والصحف وحتى

الرسائل (SMS)، الانترنت ومحادثات بسيطة. تقنيات استعمال وسائل الاعلام تحتوي على الفنون المختلفة: موسيقى، سينما، ادب، مسرح وما شابه.

7. تقنيات خاصة اخرى: تقنيات تستعمل من اجل توصيل رسالة، لخلق مصداقية وتأثير. في هذا المجال يوجد مكان واسع لابداعات المتحدث والناطق بلسان، وايضا تحدٍ لباحث الدعاية والتحدث بلسان – اذ ان فعاليات دعاية وتحدث بلسان كثيرة لا تظهر هكذا من اول نظرة. مثال: قائد يعلن عن جبروته بواسطة بناء قصر فاخر، اعطاء جائزة عن فعالية معينة وما شابه.

8 الجمهور لتقنيات. رد فعل مختلفة: ليس دائما يوجد لدينا معطيات عن رد فعل الجمهور لحملة دعاية وتحدث بلسان، والاهم، ليس دائما يمكن قياسها بطريقة دقيقة. عندما نجري حملة من اجل تجنيد اموال لاسرائيل او لتشجيع السياحة، يمكن معرفة مدى نجاحها بحسب كمية المال الذي نجحنا بتجنيده وعدد السياح الذين قدموا، ولكن عندما يكون هدف الحملة خلق تعاطف مع سكان سديروت، على سبيل المثال، سيكون من الصعب احصاء تاثيرها الدقيق.

9. دعاية – ضد: جزء من تحليل دعاية يتضمن ايضا تحليل دعاية ضد. الدول ذات الاعلام الحر، دعاية الضد تكون علنية بشكل عام. في الدول التي بها سيطرة تامة على وسائل الاعلام من قبل السلطة او عنصر آخر، سنتوقع ايجاد دعاية ضد

10. تاثيرات وتقدير: هل حققنا اهداف الدعاية والتحدث بلسان، بكاملها او قسما منها؟ هل حصل تغيير في رأي الجمهور بالاتجاه الذي يريده المتحدث والناطق بلسان؟ هذا البند، في احيان متقاربة، من الصعب فحصه. لان من يقوم بتجميع المعطيات حول تاثير حملة دعاية وتحدث بلسان معينة هو نفس العنصر الذي انتج حملة الدعاية والتحدث بلسان. من المفهوم ان في هذه الحالة سيكون

للعنصر مصلحة باظهار ان الدعاية والتحدث بلسان كان ناجحا والامر بامكانه التاثير على تجميع المعطيات او طريقة عرضهم.

مهمات تمرين:

قوموا باختيار حملة دعاية واحدث بلسان تجرى حاليا في وسائل الاعلام. يمكن اختيار حملة دعاية وتحدث بلسان لمنظمة حكومية (وزارة المواصلات، ضريبة الدخل،..)، منظمة اجتماعية معينة، او أي عنصر اخر. حلوا حملة الدعاية والتحدث بلسان ان بحسب المراحل العشر، اعتمادا على معلوماتكم حول منظمة الدعاية والتحدث بلسان.

في البنود 8 و 10، حاولوا ان تقيموا ماذا ستكون النتائج حسب رأيكم. اشرحوا تقييمكم.

مرشد للمعلم:

مراجعة: نظريات عن التاثير את"ה (ساعتان): تحديد جدول الاعمال اليومي، تأطير.

من بين النظريات التي تهتم بتأثير الاعلام وبتاثير الدعاية، قررنا التركيز على مصطلحين اساسيين "جدول الاعمال اليومي" و "تأطير" (اطار اعلام) بسبب اهميتهم لعمل الدعاية والتحدث بلسان وعملهم مقابل وسائل الاعلام بشكل عام.

مصطلحات: "جدول اعمال جماهيري\سياسي\" تاثير الموضوع الاساسي، تأطير\تاطيرات، اختيار وابراز، تصنيف.

للدرس يفضل تحضير: صحف بنفس يوم الدرس (او يوم قبل) وصحف من قبل اسبوعين (مفضل عناوين رئيسية).

توصية لوظيفة بيتية:

اختاروا موضوعا معينا متواجدا على جدول الاعمال اليومي وقارنوه في وسائل الاعلام (صحف مختلفة، مواقع، تلفزيون، راديو). هل التاطير منوع ام موحد؟ ماذا قد تكون اسباب ذلك؟

قراءة اضافية: دان كسبي، صور من الرأس ص 163- 159.

تقنيات اعلانية

مواد مساعدة موصى بها: في موقع رامي هسمن - مقال عن מיתוג واستراتيجيات الرسالة الاسرائيلية، يمكن ان يستعمل كاساس للنقاش. وايضا، مجموعة كبيرة لبث دعايات لدول. مواد ممتازة للتحليل.

"مرشح 30 ثانية / מועמד 30 השניות " – موقع عن الدعاية الانتخابية في الولايات المتحدة، مع تشغيلات طريفة:

From idea to Ad.

Tricks of the trade.

(باللغة الانجليزية)

تقنيات علاقات عامة (5 ساعات) – في القسم الاول سيتم نقاش اساليب دعاية وتحدث بلسان تستعمل القسم الصحفي لوسائل الاعلام. بالاضافة، سنركز بالعلاقات بين الدعاية والتحدث بلسان والصحف: روتينات مهنية بالدعاية والتحدث بلسان وبالصحف وعلاقات صحفي – مصدر.

4. بيانات للصحف (3 ساعات)-

- سيعرف الطلاب الطرق الرسمية لتوصيل المعلومات لوسائل الاتصال.

- سيتدرب الطلاب بكتابة بيان للصحف.

- سيعرف الطلاب تاثير بيانات المنظمات المختلفة في الصحف على المضمون بدون الاعلام.

5. توصيل معلومات باساليب غير رسمية (ساعتان) –

- سيتعرف الطلاب على مصطلح "تسريب" كمصطلح شامل لتوصيل المعلومات باساليب غير رسمية.

- سيذكر الطلاب الاسباب المختلفة لتفضيل التسريب على توصيل المعلومات بشكل رسمي.

- سيعرف الطلاب انواعا مختلفة للمصادر: مصدر ثابت – مصدر مؤقت، مصدر علني – مصدر خفي.

اساس هذا البرنامج يعتمد على فرضية ان التسريبات هي جزء لا يتجزأ من سياسات المعلومات للمنظمة، وان توصيل المعلومات بوسائل غير رسمية هو اكمال لتوصيله (المعلومات) بوسائل اخرى. مع هذا، من المفضل اجراء نقاش في الصف حول شرعية التسريبات، ومن خلاله ذكر الجوانب السلبية لها: غياب عنصر مؤهل يمكن نسب المعلومات له، وايضا مشكلة "خروج المعلومات عن السيطرة" لان الذي يسرب اخبارا للصحف هو ليس فقط المتحدث او الناطق بلسان الرسمي، بل يمكن ان يكون اي عنصر.

[مثلا، اعلن رؤساء الشاباك والموساد انه عندما يشتركوان في نقاشات الحكومة ولجان الخارجية والامن، لا يقوموا بتوصيل كامل المعلومات التي بحوزتهم – لان من هذه النقاشات يوجد تسريبات دائمة]

بالاضافة، سنناقش في هذا القسم علاقات الصحفي- المصدر ربما تعلم الطلاب هذا الموضوع ايضا في اطار موضوع "الاخبار"، ولكن هنا يوجد محاولة للتركيز بصورة اوسع على جانب المصدر بالذات وليس فقط على الصحفي، وايضاح حقيقة ان من علاقة "صحفي- مصدر" يحاول كل طرف كسب ارباح مختلفة.

مشاهدة موصى بها: "كل رجال الرئيس"، "المصدر"، اجزاء من "البيت الابيض".

مواقع انترنت: بيت الكتب الوطني – ارشيف مواقع انترنت اسرائيلية

تحليل دعاية (ساعتان) – احدى مهام الطلاب اثناء البرنامج هي تحليل حملات دعاية وتحدث بلسان. في هذا القسم تم عرض موديل من عشر مراحل لتحليل الدعاية بحسب Jowett & O'Donnell (1992)

من المهم وموصى به اعادة وذكر مراحل من الموديل ايضا في دروس متقدمة اكثر.

حملات موصى بها للتحليل:

جمعية محاربة السرطان – حملات ضد التدخين وضد "الخجل"

وزارة المواصلات – "ارهاب في الشوارع"

وزارة المواصلات – "خوذة على رأس جيد"

مركز مساعدة ضحايا الاعتداء الجنسي – "لا يمكن اغتصابك على السكوت" الحملة للرجال

شركة الكهرباء – حملات مختلفة. يمكن المقارنة بين حملات "المقبس

والقابس" وبين الحملات بقيادة كوبي ميدان.

الفصل 3: اشكاليات في الدعاية والتحدث بلسان

(للمعلم)

المتحدث والناطق بلسان يجب ان يكون متعاطف بشكل كلي مع المنظمة التي يمثلها والرسائل التي يوصلها.

ومع هذا، في احيان كثيرة يواجه المتحدث والناطق بلسان اشكاليات مهنية واخلاقية تنبع من الاصطدام بين قيمه الذاتية او اتجاهه المهني وبين متطلبات عمل الدعاية والتحدث بلسان. امامكم عدة سيناريوهات تصف اشكاليات كهذه. قوموا بمناقشتهم، وصفوا كيف كنتم ستتصرفون في الحالات الموصوفة.

سيناريو 1: دعاية لتحدث بلسان واحترام الانسان

في اعقاب انفجار في القدس، تتلقون، كهيئة دعاية وتحدث بلسان، مواد مصورة تم تصويرها دقائق قليلة بعد الانفجار. الصور الفظيعة، والتي يظهر بها جثث ومصابين. من الواضح بالنسبة لكم ان توصيل هذه الصور لوسائل الاعلام ستسبب صدمة كبيرة في العالم. ومع هذا، من شأن هذه الصور ان تمس بمشاعر عائلات القتلى. كيف كنتم ستتصرفون؟

سيناريو 2: تعاطف مع الرسالة

وزير الخارجية قام بتعيينك سفيرا في دولة اوروبية. الوزير وانت اصدقاء منذ سنوات، وانت معروف بتأييدك لحزبه. في الاونة الاخيرة اجريت انتخابات وفاز بها الحزب المنافس واختلفت سياسة الحكومة. تجد نفسك مضطرا لتفسير مواقف انت لا تؤيدها. هل، كمتحدث وناطق بلسان مهني، تستطيع الاستمرار وفعل

ذلك او تفضل الاستقالة؟

سيناريو 3: "من اجل دولة اسرائيل مسموح الكذب" (ايسحاق شمير. رئيس الحكومة 1983- 1986, 1988- 1992)

تم ضمك الى بعثة دعاية وتحدث بلسان الى الولايات المتحدة لاقناع اعضاء كونغرس (البرلمان الامريكي) بتاييد اقتراح لزيادة المساعدات لاسرائيل. كشرط لزيادة المساعدات يطلب اعضاء الكونغرس من اسرائيل ايقاف البناء في المستوطنات. انتم تعرفون ان الحكومة ستقرر توسيع ثلاث مستوطنات قائمة، ولكن هذه المعلومات لم يتم نشرها بعد للجمهور. ماذا ستقولون لاعضاء الكونغرس ولوسائل الاعلام التي تقوم بتغطية زيارتكم؟

سيناريو 4: "اعلام عدائي"

تم دعوتك لمقابلة بقناة تلفزيونية في دولة اوروبية، ببرنامج يهتم باخبار خارجية. وقت قصير قبل المقابلة تعرف ان المقدم المألوف للبرنامج تم استبداله، ويمكانه سيجري معك مقابلة صحفي شاب المعروف بمواقفه المشجعة للفلسطينيين وباسلوب مقابلة هجومي. كيف كنت ستتصرف؟

للمعلم:

هدف هذا الدرس هو تعريف الطلاب على اشكاليات اخلاقية ومهنية يواجهها المتحدث والناطق بلسان اثناء عمله.

في الدرس عرضنا عدة سيناريوهات توضح الاشكاليات التي يواجهها المتحدثون والناطقون بلسان.

مناهيج تدريس موصى بها:

- العمل بمجموعات. كل مجموعة (4- 5 طلاب) تناقش احدى الاشكاليات، وبعد ذلك تعرض الاشكالية امام الصف وتشرح كيف كانت ستتصرف في وضع مشابه.

- العاب وظائف.

الفصل 4: ادارة ازمات دعاية وتحدث بلسان

ما هي ازمة دعاية وتحدث بلسان:

ازمة دعاية وتحدث بلسان عبارة عن وضع يكون به التقرير، التغطية او الظهور بوسائل الاعلام مسيئا بطريقة خطيرة وصعبة باهداف المنظمة. نميز بين ازمة دعاية وتحدث بلسان بمنظمة تجارية (مصنع او شركة)، التي بها الخطر الأساسي هو اقتصادي، وبين ازمة دعاية وتحدث بلسان بمنظمة اخرى (مثلا، حزب او دولة).

شاهدوا تقريرا من "اخبار 10".

1. ما هو الخطر الاساسي الذي يهدد شركة "اوسم" بعد التقرير؟

2. لو كنتم مديري الشركة، اي فعاليات كنتم ستجرونها بعد بث التقرير؟

في الحالة التي شاهدناها، اجرت شركة "اوسم" عدة فعاليات سريعة: الشركة أغلقت على الفور، بمبادرة منها، المخزن الذي اكتشف به الخلل (وسبقت بذلك سلطات الصحة، التي امرت باغلاقه) ومدير الشركة عاد من الخارج وقدم بسرعة مقابلة للقناة 10، فورا بعد بث التقرير. في المقابلة أعرب المدير عن اسفه ووعد بتصليح الخلل. ازمة الدعاية والتحدث بلسان هي أساسا إساءة للصورة العامة. بشكل عام الإساءة بالصورة العامة تجر معها ضررا اضافيا للمنظمة. متلا: في

حالة "اوسم"، نشر التقرير من شأنه ان يؤدي الى التوقف عن شراء المنتوجات والى ضرر اقتصادي. ازمة دعاية وتحدث بلسان لدولة اسرائيل، من شأنه ان يؤدي الى اساءة او ضرر بالعلاقات مع الدول الاجنبية، لعقوبات اقتصادية او سياسية واساءة لمنصب اسرائيل الدولي.

اصلاح ازمة دعاية وتحدث بلسان يدور بثلاثة اجزاء مختلفة: قبل الازمة، رد فعل اولي للازمة وبعد الازمة.

قبل الازمة – محاولة تنبؤ ازمات ممكنة والاستعداد لمنعها. خلق علاقات تعاون متتابعة مع الاعلام. غمر متتابع للاعلام بمعلومات ذات قيمة اخبارية تناسب الصورة الايجابية للمنظمة / الدولة.

رد فعل اولي للازمة – للساعات والايام الاولى لاندلاع الازمة (بشكل عام نشر خبر او حدث يضر بالمنظمة) يوجد اهمية مصيرية لادارة الازمة. ادارة صحيحة قد تساعد بتقليل الاضرار. يوجد عدة طرق للرد اثناء ازمة الدعاية والتحدث بلسان، فيما يلي بعض منها:

الاعتذار ("متأسفون، هذا لن يتكرر")

هجوم ضد ("ليس نحن، بل هم")

تجاهل ("لا تعليق")

بعد الازمة – تصليح الاسم الجيد للمنظمة واعادة الثقة الجماهيرية.

قراءة موصى بها: رامي هسمن – الحقيقة هي افضل سلاح استراتيجي (סטטוס، מרץ 2004)

امامكم امثلة لازمات دعاية وتحدث بلسان. اجيبوا عن اسئلة كل مثال:

أ) ما هي المشكلة التي ستنتج بعد الازمة؟

ب) اي خطوات كنتم ستتخذون بعد الحدث لتقليل اضرار الازمة؟

ج) هل باستطاعتكم التفكير بخطوات لمنع ازمة قبل حدوثها؟

1. اثناء عملية عسكرية في لبنان قصفت قوة مدفعية قاذفي كاتيوشا لحزب الله. احدى القذائف سقطت داخل مخيم للصليب الاحمر، حيث اقام به عدة مواطنين هاربين من القصف. في المكان، يوجد عدة مصابين، معظمهم نساء واولاد.

2. تجري مظاهرة امام مكتب رئيس الحكومة ضد قرار الحكومة برفع اجرة الوزراء بـ 10٪ ومخصصات العجزة بـ 5٪ فقط. قسم من المتظاهرين ينوون ارتداء ملابس اسير ووضع لاصقات صفراء، كاحتجاج على الاساءة بالناجين من الكارثة.

3. في اطار عمليات الجيش على حدود قطاع غزة، يلاحظ جندي شخصا مشبوها يحمل السلاح على كتفه ويطلق النار. بعد ذلك يتضح ان "السلاح" هو كاميرا تصوير، والشخص هو مراسل لشبكة تلفزيون اجنبية.

4. بعد انتخابات تمهيدية ("برايمرز") في الحزب، والتي من خلالها تم اختيار زعيم جديد، ينشر تحقيق حول تزييفات بنطاق واسع وتحويل نتائج الانتخابات.

5. الامم المتحدة تدعو الى مؤتمر خاص ضد العنصرية في انحاء العالم. عند افتتاح المؤتمر يتضح ان دولا عربية ومنظمات مختلفة معادية لاسرائيل استولت على جدول اعمال المؤتمر وقاموا بصياغة بيان ختامي ينص على ان الصهيونية عنصرية ويستنكر "عمليات الابرتهايد الاسرائيلية".

6. قضية "متيرنا" – عدد من الاطفال لاقوا حتفهم واخرون يعانون من امراض

صعبة بعد استعمال بديل الحليب من انتاج الشركة.

اعتذار

بهذا الاسلوب المنظمة تتحمل مسؤولية الخلل. لتحمل المسؤولية تضاف فعاليات اعلامية توضح للجمهور ان المنظمة تسعى جاهدة لاعادة وتحسين الثقة بها. مثال: اقالة المسؤول عن التقصير، ازالة المنتوج غير الصالح من السوق.

حسنات: تحافظ المنظمة على مصداقيتها. تظهر للمجتمع انها تهتم به ورأيه مهم بالنسبة لها.

سيئات: من لحظة "الاعتراف بالذنب"، المنظمة متعلقة برأي الجمهور وعليها محاولة اقناعه بانها تستحق فرصة اخرى. في حال تكرار الخلل، المجتمع (والاعلام) سيكون اقل صبرا.

هجوم ضد

من خلال هذا الاسلوب هنالك محاولة "لاشعال النار" بواسطة اتهام وسائل الاعلام التي تغطي الحدث او عنصر ثالث. امثلة: في منتصف سنوات التسعين، على خلفية الصراع لقيادة حزب الليكود، خشي بنيامين نتنياهو من ان منافسيه يريدون نشر شريط يدور حول علاقته مع امرأة اخرى (حظي الشريط باسم "الشريط الملتهب"). قرر نتنياهو ان يسبق النشر ومنح مقابلة للتلفزيون واتهم بها "مسؤولا كبيرا في الليكود محوط بجماعة مجرمين" في محاولة للافتراء عليه. الاعلام اكثر من الاهتمام بالقضية المثيرة، ولكن حقيقة وجود "الشريط الملتهب" لم يثبتت قط.

في حالة اخرى، عندما قرر تقديم لائحة اتهام ضد الرئيس كتساف، القى الرئيس خطابا طويلا ببث مباشر، اتهم من خلاله جهاز القضاء، النيابة ووسائل

الاعلام بمطاردته شخصيا بسبب اصله.

حسنات: من خلال استعمال صحيح، يمكن خلق " ספין" يخدم المنظمة ويعرضها كـ "مستضعفة". في المجال السياسي، يمكن استعمال هذا الاسلوب لتوحيد المؤيدين ضد عناصر اخرى.

سيئات: تقريبا لا يوجد امل باقناع كل الجمهور (خلق اجماع) حول صدقهم. هنالك تنازل من البداية على قسم من الجمهور. عدا عن ذلك، مثل هذا الصراع من شأنه ترك الموضوع في العناوين لمدة طويلة. مواجهة "امامية" مع الاعلام من شأنه التأثير سلبا على تغطية المنظمة فيما بعد.

تجاهل

المنظمات التي تتخذ هذا الاسلوب، ببساطة لا تعيرا اهتماما للاتهامات الموجهه ضدها، على امل ان ينزل الموضوع عن العناوين بدون ان يسبب لهما اضرارا فعلية.

حسنات: عندما تكون المنظمة قوية بما فيه الكفاية، قد يكون هذا الاسلوب هو الانجع.

سيئات: سياسة التجاهل من شانها ان تظهر كاسلوب "". اذا فشل الاسلوب والموضوع بقي في صدارة العناوين، الضرر قد يكون اكبر وردود الفعل ستكون متأخرة.

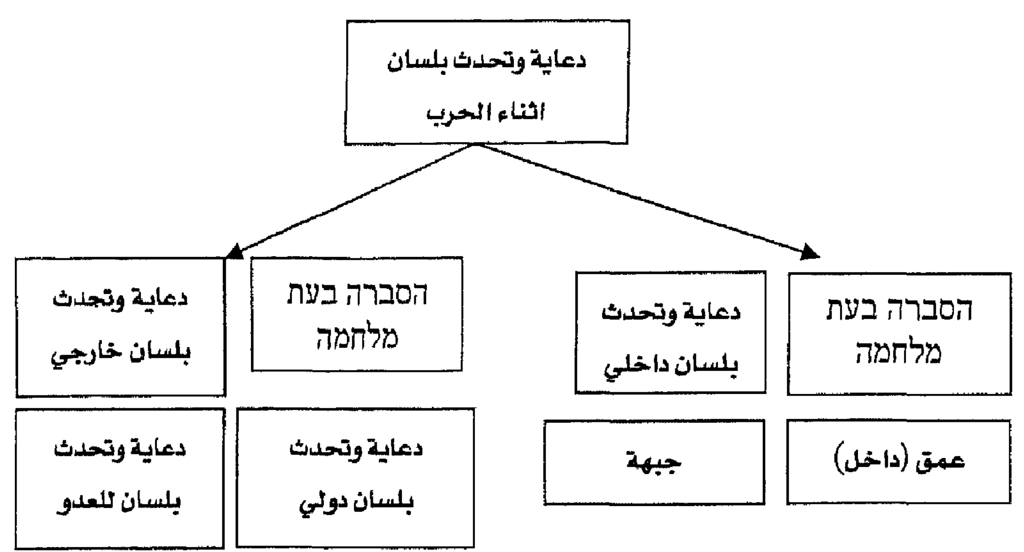
الفصل 5: الدعاية والتحدث بلسان اثناء الحرب

أ. اهداف وقيود

(للمعلم)

من هو جمهور الهدف للدعاية والتحدث بلسان اثناء الحرب؟

في الفصل الاول تعلمنا عن التقسيم بين الدعاية والتحدث بلسان الخارجي والدعاية والتحدث بلسان الداخلي. الدعاية والتحدث بلسان الداخلي معد لمواطني الدولة، والدعاية والتحدث بلسان الخارجي وظيفته تمثيل الدولة امام العناصر الاجنبية. اثناء الحرب يمكن تقسيم الدعاية والتحدث بلسان الى اربعة ميادين اساسية:



أي صعاب وقيود تواجه الدعاية والتحدث بلسان اثناء الحرب؟

- دعاية وتحدث بلسان للعمق (الداخل):

هذا، في واقع الحال، الميدان الذي تعرضنا له كمواطنين في حرب لبنان الثانية، في صيف 2006. للدعاية والتحدث بلسان للعمق يوجد عدة اهداف. الاول من بينهم والعاجل – ارشاد المواطنين في الداخل كيفية التصرف اثنا ء الطوارئ. اوقات الحرب تتميز بدرجة عالية من عدم التاكد والحيرة، ولهذا اجهزة الدعاية والتحدث بلسان (المدنية والعسكرية) عليها التزويد بتعليمات واضحة – هل وكيف يجب تحضير الملاجئ؟ بأي مناطق يوجد خطر؟ كيف يجب التصرف في حالة انذار وما شابه. ليس دائما هذه التعليمات تزود طمأنينة مثالية، ولكن

حقيقة وجود عنصر مؤهل يعطي تعليمات واضحة – تكفي، في احيان متقاربة لخلق احساس بالامان.

هدف اضافي للدعاية والتحدث بلسان الداخلي هو تبرير اهداف الحرب. اثناء الحرب تتوقع الدولة تضامنا ومثولا المواطنين وراء القيادة. المجتمع، الموجود تحت القلق والخوف، يريد معرفة اسباب الحرب وهل الهدف يبرر الالم الذي يعانيه. عدا عن ذلك، بسبب طابع الدولة الديمقراطي، السلطة مجبرة على اعطاء تقارير للجمهور عن اعمالها. السلطة ايضا تخشى من ان النقاش حول الحرب من شأنه ان يؤدي الى مظاهرات وظواهر رفض. هدف اخر هو معنوي: الحفاظ على روح معنوية عالية والاحساس بالامان في الداخل، وخلق "شعور بالفوز" ، أي، احساس جماهيري بأننا فائزون بالحرب. رفع الروح المعنوية يمكن ان تتم بطرق مختلفة، وفي احيان كثيرة وسائل الاعلام تقوم بذلك بنفسها، مع او بدون توجيه من الاعلى، بواسطة بث خاص، عروضات لفنانين وممثلين كوميديين، توصيل تحيات من الجنود في الجبهة. في اسرائيل، يوجد للدعاية والتحدث بلسان للداخل اهمية خاصة، ايضا لان الجمهور واع وناقد جدا من ناحية سياسية وايضا بسبب القرب، ليس فقط الجغرافي، بين الداخل والجبهة. بسبب الاعتماد الكبير على قوات الاحتياط، المواطن الذي يتعرض للدعاية والتحدث بلسان اليوم يمكن ان يصبح المحارب في الجبهة غدا، وعائلات كثيرة للجنود تكون معهم على علاقة ايضا في ايام المعركة. الدعاية والتحدث بلسان للداخل تلقي بضوئها، اذا، على مجريات الجبهة.

التلخيص – اهداف الدعاية والتحدث بلسان للداخل اثناء الحرب:

أ)ارشاد وتعليمات التصرف للجمهور بساعات الطوارئ.

ب)تبرير الحرب واهدافها.

ت)رفع الروح المعنوية وخلق "شعوربالفوز".

اثناء الحرب الباردة كان هنالك تخوف كبير في الولايات المتحدة من هجوم نووي من قبل الاتحاد السوفياتي. الفيلم الذي امامكم تم انتاجه ليشرح للاولاد كيف عليهم التصرف في حال تفجير ذري.

شاهدوا فيلم Duck and Cover

ما هي، حسب رأيكم، المهمة المركزية للفيلم؟

مثال جيد لاهمية التهدئة حصل اثناء حرب الخليج الاولى (1991). سقطت في اسرائيل صواريخ اطلقتها العراق. الصواريخ ادت الى ضرر كبير وكان هنالك تخوف من احتوائها على سلاح كيماوي. بعد كل اطلاق صواريخ كان يعلو للبث الناطق بلسان الجيش في تلك الفترة، نحمان شاي. بشكل عام جميع المعلومات التي بحوزته كانت قليلة، ولكن بمجرد توجهه للجمهور كان ذلك يبعث الامان والطمانينة. طلبه المشهور لسكان الدولة كان الجلوس في الغرفة المغلقة و"شرب الماء". حتى هذا اليوم يتم تذكر نحمان شاي كـ "المهدئ الوطني"، بالرغم من ان الدعاية والتحدث بلسان اثناء حرب الخليج عانى من النقص من عدة نواحٍ – لم يكن توجيه واضح بالنسبة لاكثر الغرف امانا اثناء الهجوم (غرفة مغلقة، ملجأ او غرفة الدرج)، اختنق العديد من الاشخاص بسبب الاستعمال الخاطئ للكمامة الواقية (شخص واحد فقط قتل نتيجة اصابة صاروخ مباشرة) واستعمل العديد حقن الاتروبين دون الحاجة لذلك. اذا، الشهرة الجماهيرية لنحمان شاي لا تعكس بالضرورة النجاعة الحقيقية للدعاية والتحدث بلسان ولكن لا اعتراض على ان لتهدئة الجمهور يوجد وظيفة حاسمة اثناء الحرب، حتى

عندما لا يوجد معلومات عملية وكاملة.

- **الدعاية والتحدث بلسان للجبهة:**

ميدان الدعاية والتحدث بلسان هذا يقع بشكل عام على عاتق الجيش. اجمالا اهدافه مطابقة لاهداف الدعاية والتحدث بلسان للمواطنين. توجد فروقات بين حرب واخرى من حيث الاسباب، المدة الزمنية للحرب وبالدرجة التي يتعرض بها الجنود لوسائل الاعلام المختلفة. الدعاية والتحدث بلسان من الممكن ان يتم بواسطة احاديث مباشرة وجها لوجه (متحدثون وناطقون بلسان عسكريين يصلون الى الوحدات او ضباط يتحدثون لجنودهم)، محطات اذاعية خاصة للجنود (كما في فيلم "صباح الخير فيتنام")، وانتاج افلام خاصة.

["لماذا نحارب؟" - افلام دعاية وتحدث بلسان للجنود]

" لماذا نحارب؟" – حملة دعاية وتحدث بلسان سينمائية

احد الامثلة الاكثر شهرة للاستعمال في السينما للدعاية والتحدث بلسان اثناء الحرب، والتي حظيت بالعديد من الابحاث، هي مجموعة افلام انتجت في الولايات المتحدة اثناء الحرب العالمية الثانية تحت عنوان "لماذا نحارب؟" (Why We Fight?).

اخرج المجموعة فرانك كابرا ("يا لها من حياة رائعة")، احد المخرجين البارزين في هوليود في تلك الفترة، ومقتطفات رسوم متحركة انتجت في استديوهات ديسني. استعمال السينما لاحتياجات الدعاية والتحدث بلسان اعتبر جديدا في تلك الفترة، واستعد الامريكيون لانتاج الافلام بعد ان شاهدوا تاثير افلام الدعاية الالمانية وخاصة فيلم لاني رفنشتال "نجاح الارادة".

ضمت المجموعة سبعة افلام:

1. بيرلود (مقدمة) للحرب (Prelude to War)
2. النازيون يضربون (The Nazis Strike)

הפרד ומשול (Divide and Conquer)

4. المعركة على بريطانيا (The Battle of Britain)
5. المعركة على روسيا (The Battle of Russia) قسم 1، قسم 2
6. المعركة على الصين (The Battle of China)
7. الحرب قادمة لامريكا (War Comes to America)

عرضت الافلام امام الجنود الذين هموا بالخروج الى الجبهة، لتشرح لهم الوضع الدولي (من وجهة نظر الولايات المتحدة، بالطبع) واسباب اندلاع الحرب. كان للافلام تحدٍ مضاعف: اولا، مجرى الروح السياسية في المجتمع الامريكي في تلك الفترة مال الى الانشقاقية، أي – على الولايات المتحدة الاهتمام بشؤونها وعدم التدخل بمشاكل عالمية اخرى. اذا كانت الحرب ضد اليابان ما زالت مفهومة (على ضوء الهجوم الياباني في بيرل هاربر)، اعتبرت الحرب في اوروبا امرا غريبا وبعيدا. ثانيا، التحدي الاخر كان اقناع الجنود الامريكيين، الذين تربوا على رؤية الاتحاد السوفياتي عدوا خطيرا، على المحاربة معا مع الجيش الاحمر – ضد المانيا. لهذا، الفيلم الاطول في المجموعة، خصص لاستعراض التاريخ الروسي واحداث البطولة لجيشه.

بالمناسبة، لم ير الامريكيون بهذه الافلام افلام دعاية بالضرورة. يشهد على ذلك حقيقة ان الفيلم الاول في المجموعة – "Prelude to War " - فاز عام

1943 بجائزة الاوسكار لافضل فيلم وثائقي.

مهمة:

شاهدوا الدقائق الاولى من فيلم "بيرلود للحرب" [للترجمة في بداية الفيلم – اضغطوا هنا]

1. ما هي الرسالة المركزية للفيلم، بحسب الفقرة التي شاهدتموها؟

2. أي وسائل اقناعية تم استعمالها لاقناع المشاهدين بصدق الحرب (تطرقوا الى الوسائل الفنية والمشاعر التي يوقظها الفيلم)؟

الكتابة في مقدمة الفيلم "Prelude to War"

الفيلم الذي ستشاهدونه هو الاول في المجموعة التي انتجت بواسطة وزارة الحرب خصيصا لرجال القوات المسلحة. وزارة المعلومات (الدعاية والتحدث بلسان) الحربية شاركت وزارة الحرب بتوزيعه للجمهور الامريكي، معظم المشاهد في هذا الفيلم تم الحصول عليها من يوميات الاخبار الامريكية، افلام رسمية للامم المتحدة وافلام سينمائية للعدو التي الان هي بحوزة وزارة الحرب. جميع الخرائط، الرسوم البيانية والمراجعات التاريخية تم التحقق من صدقها واعدت عن طريق وزارة الحرب.

هدف هذه الافلام هو اعطاء معلومات واقعية بالنسبة للاسباب، الاحداث التي ادت الى دخولنا الحرب وللمبادئ التي نحارب من اجلها.

"نحن عاقدو العزم انه قبل ان تغيب الشمس عن هذا الصراع الرهيب، علمنا في العالم سيدل على رمز الحرية، من جهة.. وللقوة العظيمة من جهة اخرى".

هنري ل. ستيمسون \ وزير الحرب

- **دعاية وتحدث بلسان دولي:**

يتم قياس نتائج الحرب، في نهاية المطاف، بالانجازات السياسية لذلك، يوجد اهمية كبيرة لآليات الدعاية والتحدث بلسان الدولية – الدبلوماسية والدبلوماسية الجماهيرية في الحرب يحاول الطرفان الحصول على اقصى حد من الدعم الدولي لآرائهم. كل طرف يحاول اقناع بصدق مواقفه وقساوة الطرف الآخر بواسطة نشر صور لاضرار الحرب، واتهام الطرف الاخر بالتسبب لها. الفشل في الدعاية والتحدث بلسان الد ولي من شأنه ان يؤدي الى ضغط دولي والحاق الضرر بالانجازات العسكرية. وفي المقابل، دعاية وتحدث بلسان دولي ناجح سيعطي النخبة السياسية مدى مراوغة وربما ايضا يساعد في تجنيد عناصر اضافية (دول اضافية، قوات الامم المتحدة) لجانب احد الاطراف.

- **دعاية وتحدث بلسان للعدو:**

اثناء الحرب هنالك محاولة للتأثير على الطرف الاخر. يمكن تمييز ثلاثة جماهير هدف اساسية عند العدو: جنود العدو، مواطنو العدو وطبقة النخبة المسيطرة في دولة العدو عن الدعاية والتحدث بلسان للعدو، الذي يسمى ايضا حرب نفسية، سنناقشه بتوسع في اقسام الفصل الاخير.

أي صعوبات وقيود تواجهها الدعاية والتحدث بلسان اثناء الحرب؟

بالاضافة الى جميع الصعوبات العادية التي يواجهها المتحدث والناطق بلسان، فترة الحرب تفرض العديد من التحديات بسبب الظروف الخاصة، كمية الاحداث وعدم التأكد التي تميز مثل هذه الفترات.

- الحاجة لمعلومات مقابل "غموض المعركة": كما عرفنا، يطمح الدعاية والتحدث بلسان تزويد الجمهور باخبار عن الانجازات في ساحة الحرب ومع هذا

اثناء المعركة ليست جميع المعلومات معروفة، ليست جميع المعلومات المعروفة بالامكان الافصاح عنها (كي لا نكشف اسرار عسكرية)، وليست جميع المعلومات المتوفرة هي صحيحة بالضرورة في الحرب يوجد كمية كبيرة من النقص في المعلومات بالنسبة لجهاز الدعاية والتحدث بلسان، نشر معلومات يتضح فيما بعد انها غير صحيحة من شأنه ان يسيء جدا لاهم ثروة عند المتحدث والناطق بلسان – المصداقية مشكلة اضافية، سنناقشها بتوسع لاحقا، هي مشكلة السيطرة على المعلومات الدعاية والتحدث بلسان العسكري ليس المصدر الحصري للاعلام، واكثر من ذلك، في حرب لبنان الثانية اتضح ان الجهاز يواجه صعوبة في السيطرة الكاملة على المعلومات التي تصدر عنه نفسه - ضباط مسؤولون، عن طريق الاجتماعات الرسمية وايضا عن طريق التسريبات ، قاموا بتوصيل معلومات للاعلام كان من المفروض عدم نشرها. للدعاية والتحدث بلسان ممنوع الاعتماد على وسائل الاعلام "في اظهار الوطنية" وعدم نشر معلومات وصلتهم، لان هذه ليست وظيفتهم. لذا يجب بذل مجهود كبير للحفاظ على سياسة المعلومات، ارشاد المتحدثين في الميدان وعدم الاسراع وكشف معلومات قبل التحقق منها.

- تقديم تقارير عن المصابين والحفاظ على الروح المعنوية: كيفما ذكرنا فيما قبل، الحفاظ على الروح المعنوية والاحساس بالنجاح، في الداخل وفي الجبهة، هي وظائف الدعاية والتحدث بلسان. ومع هذا، الدعاية والتحدث بلسان عليها توصيل الاخبار الصعبة عن المصابين بقواتها وعن الاضرار في الجبهة.

- "تجنيد" مقابل نقاش ناقد اثناء الحرب: "تجنيد" في الحرب هو ايضا تجنيد عسكري (لقوات التعزيز) وايضا تجنيد بمفهوم الدعاية والتحدث بلسان: خلق رأي جمهور مؤيد ووحدة حول اهداف الحرب. في المقابل، وسائل الاعلام في دولة ديمقراطية عليهم فتح نقاش جماهيري وجلب اراء متناقضة التجربة من

الحروب الماضية (حرب لبنان الاولى والثانية في اسرائيل، حرب الولايات المتحدة في العراق)، تعلم ان في بداية الحرب الاعلام المحلي بشكل عام "يتجند" ويقدم تقارير بشكل "مريح" للسلطة ويكثر من الاعتماد على مصادر حكومية (الناطق بلسان الجيش، الحكومة). ومع هذا، كلما استمرت الحرب وخاصة بعد انتهائها، تبدأ وسائل الاعلام بالنقد اكثر فاكثر.

ب. علاقات جيش- اعلام

(للمعلم)

في هذا الفصل سنناقش ثلاث نواح لعلاقات جيش- اعلام. في البداية سنتناول مصطلح "الرقابة العسكرية" ودورها في سياسة المعلومات للجيش اثناء الحرب. فيما بعد، سنتداول بدور المصادر العسكرية مقابل عناصر اخرى في مجال المعلومات. وفي النهاية سنناقش اسلوب الاستيعاب –استراتيجيات الدعاية والتحدث بلسان التي تعتمد على دمج الاعلاميين بالقوة المحاربة.

الرقابة العسكرية

مصادر عسكرية ومصادر بديلة – سياسة المعلومات للجيش

اعلاميون بالزي العسكري: اسلوب الاستيعاب

تلخيص

في هذا الفصل استعرضنا ثلاث نواحٍ لعلاقات الجيش- الاعلام في الحرب الهدف الاساسي للدعاية والتحدث بلسان العسكري في الحرب هو السيطرة على مجال المعلومات. في ميدان المعلومات تعمل عناصر عديدة- قسم منها بصلة مع العدو والقسم الاخر غير معادية ولكنها ليست على تناسق مع الرسائل التي يريد

الجيش توصيلها وظيفة الرقابة العسكرية هو منع كشف اسرار من شأنها ان تعرض امن المواطنين والجنود للخطر. سياسات معلومات منظمة هي حيوية لتوصيل رسالة موحدة ومنع "تسريبات" ورسائل متضاربة واسلوب الاستيعاب الذي به يتم ضم جنود لوحدات وهذا يساهم في الحصول على تغطية مؤيدة في وسائل الاعلام بواسطة خلق تقارب بين الصحفيين والقوات في الميدان ووصول الاعلام لميدان المواجهة.

الرقابة العسكرية:

في الجيش يوجد وحدات منفصلة مسؤولة عن العلاقات مع وسائل الاعلام: متحدث الجيش- المسؤول عن العلاقة مع الصحافة وعن الدعاية والتحدث بلسان العسكري، والرقابة العسكرية- المسؤولة عن منع نشر مواد من شأنها تعريض امن الدولة للخطر. ومع هذا، في الكثير من الاحيان يحصل تداخل بين الجسمين. وهكذا على سبيل المثال، من المقبول عدم بث اخبار عن الجيش (مثلا خبر عن مقتل جنود) قبل ان يصرح متحدث الجيش عن ذلك رسميا. عندما يتأخر مثل هذا النشر، متحدث الجيش يعمل كنوع من الرقابة.

مع ان الصحفيين (بما في ذلك الصحفيون الاجانب) يلتزمون بتقبل قيود الرقابة، نجاعة الرقابة العسكرية في ايام التهدئة مشكوك بها ومتعلقة اساسا بتعاون من قبل وسائل الاعلام. وفي المقابل، في الحرب اهمية الرقابة هي اكبر بكثير في حرب لبنان الثانية ظهر ممثلو الرقابة العسكرية في جميع وسائل الاعلام المركزية وراقبوا المعلومات التي ارسلت اليهم.

امامكم تقرير نصته لجنة دورنير، التي فحصت وظيفة عمل الاعلام اثناء حرب لبنان الثانية.

اقرأوا فصل د في التقرير (ص 11- 13). [تقرير مجلس الصحافة (اضغطوا على تقرير اللجنة)].

استنادا للمكتوب، عبروا عن رأيكم: أ) هل كان على الصحفيين التصرف بطريقة اخرى عند اعطاء تقاريرهم اثناء الحرب؟

هل قامت الرقابة العسكرية بواجبها على اكمل وجه بمنع المس بامن الدولة؟

مصادر عسكرية ومصادر بديلة – سياسة المعلومات للجيش:

من الفصل الذي قمتم بقراءته هناك مشكلة اساسية تظهر من خلال اقوال رئيس قسم امن المعلومات:

"انا اعتقد ان خطأ الجيش كان في تعريف كلمة انفتاح بدون وضع حدود. قناة اولى، منها كان تسريب للاعلام، هي القناة الرسمية للارشادات، والقناة الثانية هي قناة التسريبات للصحفيين الاسرائيليين".

اذا، احدى المشاكل الاساسية التي تواجه الجيش في الحرب هي الحفاظ على سياسة المعلومات الخاصة به. كتنظيم كبير، من الصعب على الجيش السيطرة على كل المعلومات المنبثقة عنه. الامر يزداد صعوبة عندما يريد الجيش خلق انفتاح وتزويد الاعلام بمعلومات كثيرة قدر المستطاع. اذا، ربما يجب اتباع موقف آخر، وتقليل المعلومات التي ترسل للاعلام؟

في هذه الحالة، ربما سنواجه مشكلة اخرى: وسائل- الاعلام، التي عليها ان تغطي ساعات بث وصفحات جريدة ستتوجه لمصادر اخرى للحصول على المعلومات مثل هذه المصادر يمكن ان تكون: اشخاص في الميدان (جنود او مواطنين)، منظمات مختلفة (قد تكون من بينها منظمات معارضة للحرب واهدافها)، وسائل اعلام اجنبية وتسريبات من الرتبة العسكرية او السياسية. الانفتاح نحو الاعلام لم

يحصل فقط بهدف تسهيل مهمة الصحفيين (حاجة لا يجب الاستهانة بها في المجتمع الديمقراطي) بل وايضا لتحويل الدعاية والتحدث بلسان العسكري للعنصر الفعال في مجال المعلومات ولجعل الاعلام يتعلق بالمعلومات التي تصل منه.

اسلوب الاستيعاب (الغرز- Embedment):

شاهدوا التقرير في الرابط: ايتي انجل- معركة في لبنان.

"اسلوب الاستيعاب" هو استراتيجية اعلامية من خلالها ينضم صحفيون من وسائل اعلام مختلفة الى القوات في مهماتهم المختلفة. الصحفي هو جزء لا يتجزأ (مستوعب) من القوة (في هذه الحالة، سرية نح"ل). عندما يكون الامر ممكنا (مثلا في حرب العراق) تتم تدريبات خاصة للصحفيين قبل وصولهم ساحة المعركة.

"اسلوب الاستيعاب" تحول الى اسلوب منتشر كثيرا في السنوات الاخيرة كجزء من الاتجاه العام لانفتاح الجيش نحو وسائل الاعلام.

استيعاب صحفيين في القوة المحاربة تمكن تغطية من قريب ليس فقط للمعركة بل لحياة كل الوحدة وتعارف شخصي مع المحاربين. في تقارير مثل تلك لايتي انجل تخلق حالة من التاييد والقرب بين المشاهد والجنود. المشاهد يرى الحرب بعيون الجيش وبهذا يتحقق هدف الجيش (بكلمات المتحدثة والناطقة بلسان الجيش) "تلوين الشاشة بالاخضر".

الصور والقصص التي يجلبها الصحفي من ساحة المعركة مليئة بالحركة والتفاعل "الاكشن" واخبارية، لذا يجب اعطاؤهم اولوية عن القصص الاخرى. بكلمات اخرى – مواد من هذا النوع تجعل الجيش فعال في مجال المعلومات.

تقارير كتلك التي شاهدناها تعيد بالفائدة لمجال التحدث والنطق بلسان للداخل ولكن، عندما يكون الصحفي المرافق للقوات اجنبي – يمكن الاستعانة باسلوب الاستيعاب للدعاية والتحدث بلسان الدولي. مثال على ذلك يمكن ان نجده بتقارير يجآل تسور – صحفي اسرائيلي انضم لوحدة في جيش الولايات المتحدة في حرب العراق. انتبهوا الى المعاملة المتعاطفة لتسور للجنود الأمريكيين، التي تظهر في التعليق على الصور.

الى جانب حسنات الدعاية والتحدث بلسان، يوجد أيضا مخاطر كثيرة لانضمام الصحفيين لوحدة مقاتلة. من ناحية حربية – الصحفيون ليسوا مقاتلين مدربين ومن شأنهم الإخلال بالقدرة الحربية للقوة. عدا عن ذلك، يوجد خطر حقيقي على حياة الصحفي نفسه.

فكروا، أي انعكاسات يمكن ان تكون (من ناحية الدعاية والتحدث بلسان) في حال اصابة او مقتل صحفي في معركة؟ هل الاهتمام سيكون مشابها في حال اصابة جندي؟

ج. دعاية وتحدث بلسان موجه للعدو – حرب نفسية

(للمعلم)

ما هي "الحرب النفسية"؟

حرب نفسية هو اسم شامل للاستعمال – اثناء الحرب – بوسائل اقناع لتحقيق اهداف الحرب. في قاموس وزارة الدفاع الامريكية تم تعريف حرب نفسية: "الاستعمال المدبر له في الدعاية وفي وسائل جسمانية ومنطقية بهدف التاثير على اراء، مشاعر، اتجاهات وتصرف مجموعات غريبة معادية لتؤيد الانجازات والاهداف الوطنية" (Department of defense dictionary 2004) .

في الحرب النفسية على الدعائي ان يجرب ان يجد الطريقة التي بها يوصل الرسالة لجمهور هدف معادٍ بطريقة ليس فقط يوافق على الانكشاف للرسالة بل والتصرف بحسبها تشغيل حرب نفسية ناجعة تتطلب ليس فقط السيطرة بوسائل اقناعية وتوصيل رسائل بل ايضا فهم العدو، طابع المجتمع، مزاجه ونقاط ضعف لدى مجتمع الدولة المعادية مثال جيد على ذلك نجده بالحرب النفسية التي يديرها حزب الله ضد اسرائيل – كما هي موصوفة في المقال بالرابط: تسبار برئيل – الو اسرائيل ("العين السابعة"، 64)

بحسب المقال: صفوا كيف يستعمل نصر الله المعلومات التي بحوزته عن طابع المجتمع الاسرائيلي، من اجل الحرب النفسية ضد اسرائيل؟

قسم من الحرب النفسية موجهه لجنود العدو والقسم الاخر لمواطني العدو. عنصر اخر يتمنى اشخاص الحرب النفسية التاثير عليه هي النخب (السلطة) في دولة العدو. مثل هذا التاثير يمكن تحقيقه من خلال توجه مباشر للزعماء او بتوجه غير مباشر – خلق حالة من الضغط على الزعماء من خلال التوجه للمواطنين.

وسائل ל"ל"פ:

الحرب النفسية تتطلب اصالة واكتشافات متواصلة. سنقوم هنا باستعراض عدة امثلة بارزة لوسائل تعتبر ל"ל"פ ، ولكنهم، طبعا، ليسوا الوحيدين. انتم مدعوون لاضافة افكار من عندكم.

مناشير وبيانات – هذا ربما الوسيلة القديمة والمنتشرة جدا في الحرب النفسية يوجد شهادات على استعمال البيانات منذ حرب استقلال الولايات المتحدة (1776) وابتداء من الحرب العالمية الاولى تم الاستعمال بشكل واسع لبيانات موزعة في

مساحات العدو (بواسطة طيارات، قذائف ارتيلريا او باراشوتات) هدف البيانات هو خلق تزعزع عند العدو واضعاف قدرة صموده. نوع خاص لبيانات استعملت بكل واسع هي "بيانات انتقال آمن" – وهي بيانات مصممة كمستندات رسمية وموقعة من قبل ضباط كبار، يرشدون جندي العدو كيف عليه الاستسلام وتسليم نفسه، ويعدونه بعدم المس به بعد ان يقع في الاسر.

في الاربطة المرفقة يمكنكم رؤية امثلة لمناشير وزعها الجيش في قطاع غزة في السنوات الاخيرة.

منشور 1.

منشور 2 .

منشور 3.

منشور 4.

شاهدوا المناشير وعبروا عن رأيكم.

1. أي هدف اراد الجيش تحقيقه من خلال كل منشور؟

2. هل بحسب رأيكم هذه المناشير تحقق هذه الاهداف؟ أي تغييرات كنتم ستضيفون للمناشير لتحسين نجاعتها؟

التخويف – خلق رعب عند العدو يمكن ان يتم بوسائل عسكرية (قصوفات، ازعاج و "فن صنع الالعاب النارية") وايضا بواسطة وسائل الاعلام (عرض صور لقتلى العدو، دمار وما شابه).

انترنت – الانترنت هو ساحة جديدة نسبيا ل ל"פ، يبذل بها جهد كبير. للانترنت يوجد اهمية كبيرة بالصراع على تعاطف العناصر الحيادية في الحرب.

قسم من الصراع يدور ايضا في ساحة "الهاكر" حين كل طرف يحاول اصابة مواقع العدو.

(في المقال المرفق يمكن ان نتعلم عن الاستعمال الواسع الذي تفعله تنظيمات حماس وحزب الله بالانترنت وعن المبادئ التي ترشدهم في اقامة المواقع – الانترنت كساحة صراع مع تنظيمات الارهاب (من موقع המל"מ).

محطات بث – الدول معتادة على تشغيل محطات راديو وتلفاز تبث لمواطني العدو، بمحاولة تقريبهم الى "الطرف الاخر". اكثرت الولايات المتحدة من استعمال هذه الاداة. في سنوات الحرب الباردة تم تشغيل محطة الراديو "صوت امريكا"، التي بثت مضامين غربية لدول الكتلة الشيوعية. اثناء الحرب في العراق اقام الامريكيون قناة كوابل باسم "الحرة"، التي تبث للعالم العربي وعليها ان تنافس قنوات مثل الجزيرة. اسرائيل تشغل هي ايضا قنوات بث بالعربية والفارسية، وفي المقابل، محطات في سوريا، في السلطة الفلسطينية وفي لبنان (المنار، قناة التلفاز التابعة لحزب الله) تبث موجز اخبار ومضامين بالعبرية. اثناء حرب حزيران 1967، قاموا بنسب اهمية كبيرة لبث التلفاز والراديو المصري التي تم لقطها في اسرائيل (هذا، حين لم يكن بعد لاسرائيل قناة تلفزيون). في هذا البث ا اعطى المصريون تقارير لمواطني اسرائيل ان الجيش المصري اجتاح عمق الدولة وسيصل تل ابيب، في الوقت الذي مُني بالفشل في ساحة المعركة. احدى الطرق لجعل مواطني دولة العدو يستمعون الى البث اثناء الحرب، هي جلب معلومات لا تجلبها وسائل الاعلام المحلية، وايضا اخبار وسلامات من الاسرى.

ל"פ ابيض و ל"פ اسود:

تشخيص اخر يمكن اجراؤه بين وسائل الحرب النفسية هو بين ל"פ ابيض –

حرب نفسية واضحة، جمهور هدفها (جنود ومواطني العدو) يعرف ما مصدرها (مثلا بيانات الانتقال الآمن)، وبين ל"פ اسود. حرب نفسية "سوداء" هي تلك التي مستقبلها لا يعرف انه معرض لرسالة العدو. على سبيل المثال، توزيع مناشير مع توقيع مزيف، ترويج اشاعات عند العدو، السيطرة على موقع انترنت وتغيير مضامينه.

تلخيص – هل هذا يعمل؟

رأينا انه يوجد العديد من الطرق لادارة حرب نفسية. ولكن، هل يوجد للحرب النفسية مساهمة حقيقية في تحقيق اهداف الحرب؟ من الصعب الاجابة عن هذا السؤال لان ל"פ لا يمكنه ابدا ان يأتي منفصلا عن عمليات عسكرية اخرى. الدعاية وحدها لن تحرز نجاحا في الحرب، ويعكس الدبابات والطائرات، نادرا ما تجلب الحرب النفسية نتائج فورية في ارض المعركة. ومع هذا، توجد امثلة معكوسة. في الحرب بالعراق جلبت "بيانات الانتقال الامن" لاستسلام واسر عشرات آلاف الجنود العراقيين وذلك سهل بشكل جدي على الجيش الامريكي. المعركة في مجال المعلومات يعتبر اليوم جزءا هاما بكل نزاع عسكري، ولكن تشغيل ذكي لحرب نفسية ناجعة هو امر معقد جدا.

الفصل 5: الدعاية والتحدث بلسان في الحرب

لنقاش الدعاية والتحدث بلسان يوجد اهمية كبيرة ليس قط بسبب "علاقته بالاحداث" (على ضوء حرب لبنان الاخيرة)، بل بسبب ان دعاية الحرب هي الي وضعت الاسس لبحث الدعاية والتحدث بلسان في السنوات الثمانين الاخيرة. في اوقات الحرب والنزاع هنالك حاجة متطرفة للدعاية والتحدث بلسان، وجميع استراتيجيات الدعاية والتحدث بلسان، الاشكاليات، ادارة الازمات وباقي المواضيع

التي تعلمناها في هذه الوحدة تبرز بشكل كبير. لهذا، هذا الفصل الذي يناقش الدعاية والتحدث بلسان اثناء الحرب يمكن الاستفادة منه ليس فقط كاضافة للمادة التعليمية بل ايضا لمراجعة واستعمال ادوات تعلمناها في الدروس الاخيرة.

أ) اهداف وقيود (ساعتان)

الاهداف:

الطالب يتعرف على ميادين الدعاية والتحدث بلسان المختلفة في الحرب.

الطالب يشرح الوظائف المختلفة للدعاية والتحدث بلسان بكل ميدان.

الطالب يتعرف على القيود التي تواجه هيئة الدعاية والتحدث بلسان في الحرب.

- ميادين الدعاية والتحدث بلسان: دولية، جبهة، داخل، عدو
- الحاجة للمعلومات مقابل "غموض المعركة"
- اعطاء تقارير عن مصابين والحفاظ على الروح المعنوية
- "تجنيد" مقابل نقاش ناقد اثناء الحرب

ملاحظات:

اثناء الدرس سنستعمل مقاطع فيديو بدون ترجمة. اللغة الانجليزية ليست صعبة والمضمون من المفروض ان يكون مفهوما لطلاب الثاني عشر.

مواد مساعدة:

يوفال كرمنيسر (2003) مقابلة مع الناطقة بلسان الجيش. المركز الاسرائيلي للديمقراطية.

ب) علاقات جيش – اعلام (3 ساعات)

اهداف:

يشرح الطلاب وظيفة الرقابة العسكرية.

يناقش الطلاب سياسات المعلومات للجيش وانعكاساتها.

- الرقابة العسكرية
- مصادر عسكرية ومصادر بديلة
- "صحفيون بالزي العكسري": اسلوب الاستيعاب (Embedment)

مواد مساعدة:

نوريت كانتي (2006) "عملنا كان ممتازا" (مقابلة مع المتحدثة والناطقة باسم الجيش) العين السابعة 64.

مجلس الصحافة: تقرير اللجنة لتحديد قواعد ادبية للصحف في ايام الحرب (2007) تلخيص عمل الاعلام في حرب لبنان الثانية. الطلاب عليهم قراءة فصل واحد من التقرير محبذ جدا قراءة كل التقرير.

ج) دعاية وتحدث بلسان موجه للعدو (حرب نفسية) (ساعتان)

اهداف:

يشرح الطلاب ما هي الحر النفسية ومن هي جماهير هدفها المحتملة.

يتعرف الطلاب على وسائل مختلفة لادارة פ"ל.

- "جمهور الهدف" פ"ל: مواطنون، مقاتلون، نخب.

- وسائل: من توزيع منشورات وحتى محطات بث.

مواد مساعدة:

- http://www.psywarrior.com/links.html موقع يتناول الحرب النفسية ويضم، الى جانب المقالات، تشكيلة كبيرة من المنشورات من الحروب في العراق (2+1)، في افغانستان وكوسوبو. ممتازة للتحليل.

-/http://www.moqavemat.com واحد من مواقع حزب الله باللغة العبرية. يمكن اجراء نقاش مع الطلاب حول الاهداف التي يريد حزب الله نيلها من هذا الموقع، وهل هم متاكدون ان مواقع الدعاية والتحدث بلسان الاسرائيلية باللغة العربية بمستوى اعلى مفضل توجيه الطلاب لمقال تسابي برئيل الذي ذكر فيما قبل اذا كان حزب الله تنظيم ذكي في اساليب الدعاية والتحدث بلسان ويفهم جيدا المجتمع الاسرائيلي، اذا لماذا مواقعه باللغة العبرية هي بمستوى متدني لهذه الدرجة؟ كيف يشرح الطلاب هذه الفجوة؟

http://www.biu.ac.il/SOC/besa/Schleifer.pdf: رون سلايبر (2002) "حرب نفسية باسرائيل – دراسة من جديد" دراسات بامن الشرق الاوسط رقم 50. مركز بيجين- سادات للابحاث الاستراتيجية.

مقال شامل وناقد. يتناول التعريفات للحرب النفسية ويجلب امثلة كثيرة من العالم واسرائيل.

المصادر والمراجع

أولاً: المصادر العربية والمترجمة:

1- أبو عرجة، تيسير أحمد، قضايا ودراسات إعلامية، عمان، دار جرير للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2006).

2- إنولا، ميشال، تقنيات اتصال حديثة: الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الإعلام والثقافة والتربية، ترجمة: لعياضي، نصر الدين، والصادق، رابح، (باريس، دار الكتاب الجامعي، 2004).

3- بكر، ياسر، الإعلام البديل، (القاهرة، مطابع حواس،الطبعة الأولى، 2010).

4- تشو مسكي، نعوم، السيطرة على الإعلام.. الإنجازات الهائلة للبروباجندا، تعريب: أميمة عبد اللطيف، (القاهرة، مكتبة الشروق الدولية، الطبعة الثانية، 2005).

5- الجمال، راسم محمد، مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، الفصل السادس، (القاهرة، كلية الإعلام – جامعة القاهرة، 1999)، (ص 143- 144).

6- خليل، محمود، الصحافة الإلكترونية.. أسس بناء الأنظمة التطبيقية في التحرير الصحفي، (القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى 1997).

7- السيد، بخيت، الصحافة والإنترنت، (القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى 2000)، ص6.

8- الشماع، محمد، أيام الحرية في ميدان التحرير، ثمانية عشر يوماً غيرت وجه مصر، (القاهرة، شمس للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2011). ص 13.

9- عامر، فتحي حسين، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، (القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2011). ص 187.

10- عبد المقصود، هشام عطية، دراسة لخطاب المدونات العربية، التعبيرات السياسية والاجتماعية لشبكة الإنترنت، (القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2010).

11- فيكو، ماري بيث، المصادر الإلكترونية سبل الوصول إليها وقضاياها، ترجمة: الويشي، نارمين أبو بكر، مراجعة وتقديم: عبد الهادي، محمد فتحي، (القاهرة، المركز القومي للترجمة، الطبعة الأولى 2008).

12- اللبان، شريف درويش، تكنولوجيا الاتصال، المخاطر والتحديات والتأثيرات الإجتماعية، (القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2008). ص 41 .

12- اللبان، شريف درويش، تكنولوجيا الاتصال، المخاطر والتحديات والتأثيرات الإجتماعية، (القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2008). ص 41. مصدر سابق.

13- محمد عبد الحميد، المدونات، الإعلام البديل، (القاهرة، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، 2009)، ص.52.

14- مختار، جمال، حقيقة الفيس بوك عدو أم صديق، (القاهرة، شركة مترو بول للطباعة وأعمال الكارتون، 2008).

15- مزري تش، بن، قصة فيس بوك: ثورة وثروة، ترجمة: الهلالي، وائل محمود محمد، (القاهرة، إصدارات سطور الجديدة، الطبعة العربية الأولى، 2011). ص 132.

16- مكاوي، حسن عماد، والسيد، ليلى حسين، الاتصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الرابعة، أكتوبر 2003). ص 275.

17- الموسوي، محمد جاسم فلحي، اتجاهات إعلامية معاصرة، (منشورات الأكاديمية العربية المفتوحة الدانمارك، 2006). (17- الموسوي).

المصادر الأجنبية:

21- Bolter, Jay David. Grusin Richard. (February 28, 2000), Remediation: Understanding New Media, USA: The MIT Press; 1st edition.

22- Burgess, Jean, (August 18, 2009), YouTube: Online Video and Participatory Culture, UK : Polity; 1 edition.

23- Christakis, Nicholas A. Fowler, James H. (January 12, 2011), Connected: The Surprising Power of Our Social Networks and How They Shape Our Lives -How Your Friends' Friends' Friends Affect Everything You Feel, Think, and Do, USA: Back Bay Books; Reprint edition.

24- Diaz-Ortiz,Claire. (August 30, 2011), Twitter for Good: Change the World One Tweet at a Time, USA: Jossey-Bass; 1 edition.

25- Hawker, Mark. D, (August 25, 2010), Developer's Guide to Social Programming: Building Social Context Using Face book, Google Friend Connect, and the Twitter API, Canada: Addison-Wesley Professional; 1 edition.

26- Hewitt, Hugh. (January 14, 2005), Blog : Understanding the Information Reformation That's Changing Your World, USA: Thomas Nelson, Inc.; First edition.

27- Jenkins, Henry. (September 1, 2008), Convergence Culture: Where Old and New Media Collide, USA: NYU Press; Revised edition.

28- Keen, Andrew. (August 12, 2008), The Cult of the Amateur: How blogs, MySpace, YouTube, and the rest of today's user-generated media are destroying our economy, our culture, and our values. USA: Crown Business; Reprint edition.

29- Kirkpatrick David,. (February 1, 2011), The Face book Effect: The Inside Story of the Company That Is Connecting the World. USA: Simon & Schuster.

30- Levinson, Paul. (September 5, 2009), New Media,USA: Allyn & Bacon; 1 edition.

31- Lister, Martin. Dovey, Jon. Giddings, Seth. Grant, Iain. Kelly, Kieran. (January 29, 2009) New Media: A Critical Introduction, USA/UK Europe : Routledge; 2 edition.

32- Mezrich, Ben, (September 28, 2010), The Accidental Billionaires: The Founding of Face book: A Tale of Sex, Money, Genius and Betrayal, USA : Anchor; 2 edition.

33- Prell, Christina. (November 9, 2011), Social Network Analysis: History, Theory and Methodology, USA/Austalia: Sage Publications Ltd.

34- Rowell, Rebecca. (January 2011), Youtube: The Company and Its Founders, UK Essential Library.

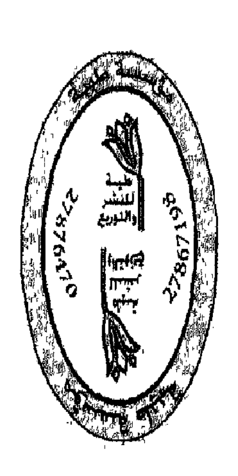
35- Russell Matthew A . (February 8, 2011), Mining the Social Web: Analyzing Data from Face book, Twitter, LinkedIn, and Other Social Media Sites. USA/UK O'Reilly Media; 1 edition.

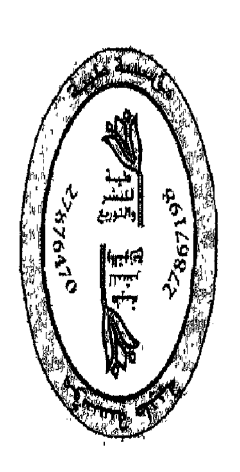
36- Scoble, Robert. Israel, Shel. (January 2006), Naked Conversations: How Blogs are Changing the Way Businesses Talk with Customers, USA/UK/ Europe: Wiley.

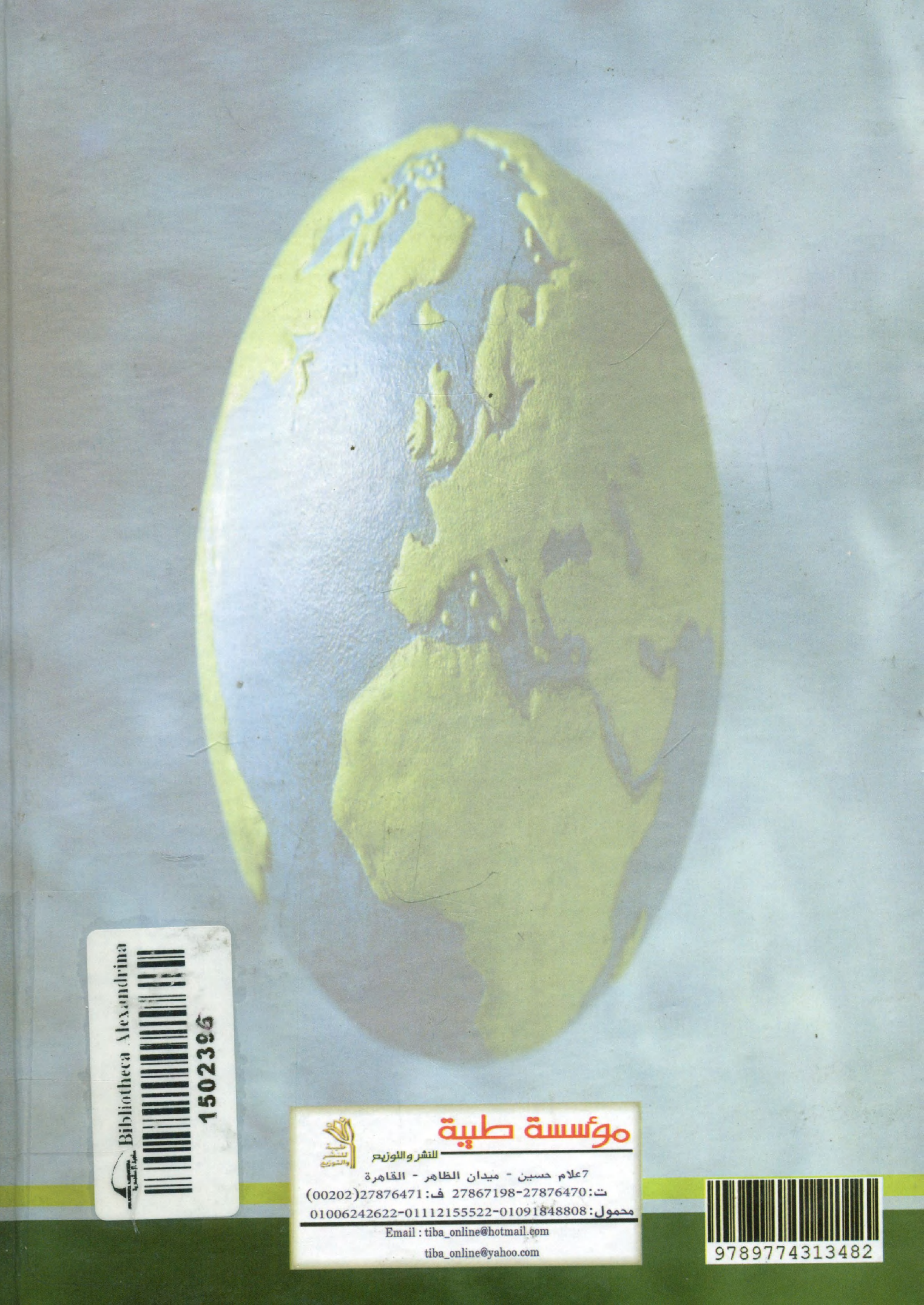
37- Vonderau, Patrick. (December 30, 2009),The YouTube Reader, Sweden: National Library of Sweden.

38- Wittkower, D:E. (October 1, 2010), Face book and Philosophy: What's on Y::our Mind?. USA: Open Court.

فهرس







Bibliotheca Alexandrina
1502396
مؤسسة طيبة
للنشر والتوزيع
7علام حسين - ميدان الظاهر - القاهرة
ت:27867198-27876470 ف:27876471(00202)
محمول:01006242622-01112155522-01091848808
Email : tiba_online@hotmail.com
tiba_online@yahoo.com
9789774313482